

Публіцистичний дискурс на ряду з політичним здавна відіграє чи не найважливішу роль у суспільстві: він інформує, повідомляє, висловлює, а інколи і нав'язує певну позицію. Його роль посилюється особливо сьогодні, в умовах так званої інформаційної війни. Однією із найважливіших характеристик публіцистики є її експресивність, за допомогою якої реалізується прямий чи прихований вплив на людську свідомість. Отже, розглянемо сучасні підходи до визначення поняття дискурсу та його характерні особливості. Дискурс — це зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними — прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; текст, розглянутий в контексті подій; мовлення, розглянуте як цілеспрямований, соціальний акт, як компонент, що приймає участь у взаємодії людей і механізмах їх свідомості. Залежно від застосованих підходів до визначення, вчені наводять різні дефініції поняття дискурсу, що призводить до неоднозначності в розумінні цього явища. Публіцистичний дискурс прирівнюється до публіцистичного тексту, а його характерні особливості визначаються властивостями газетно-публіцистичного стилю мовлення. Визначено, що такий текст має на меті інформувати, висловлювати певну громадянську позицію, переконати людей в її істинності, а деколи й сформувати думку.

Таким чином, тексти публіцистичного дискурсу характеризуються комунікативно-прагматичною спрямованістю, яка виявляється в тому, щоб у процесі подачі інформації не тільки інформувати, скільки здійснювати соціально-психологічний вплив на аудиторію через переконання, навіювання. Типовими показниками прагматичної спрямованості публіцистичних текстів є лексичні маркери, серед яких вирізняються узуальні й оказіональні лексичні та фразеологічні одиниці, прислів'я, приказки. Лексичні та фразеологічні одиниці виконують експресивну й інформаційну функції у мовленні. Вони покликані пожвавити виклад, зацікавити читача, надати матеріалу емоційного заряду.

Однією з найважливіших відмінних рис публіцистики є активне залучення категорій експресивності, емотивності та оцінності, що сприяє

здатності тексту здійснювати вплив на адресата. Категорія експресивності належить до суперечливих, дискусійних з погляду її лінгвістичної інтерпретації. Експресивність — це складна інтегральна мовна категорія, що охоплює усі виражальні якості мови, що представляються її лексичними, словотворчими і граматичними засобами (експресивною лексикою, особливими афіксами, тропами, фігурами тощо). Категорію експресивності часто плутають із категоріями оцінності та емотивності. Це пов'язано з тим, що деякі вчені відносять оцінність та емотивність до складових категорії експресивності. Проте в роботах останнього десятиліття, ці категорії частіше розглядаються як окремі, але тісно взаємопов'язані поняття. Експресивність пов'язана із людською властивістю посилювати виразність і впливову силу висловлювання, тому відіграє особливу роль в публіцистичних текстах.

Найпоширеніші засоби вираження експресивності в англійськомовних публіцистичних текстах для зручності вивчення умовно розподіляються за рівнями їх реалізації на графічні, фонетичні, лексичні та синтаксичні (за класифікацією Гальперіна І.Р.). Серед них до найчастіше вживаних відносяться:

- на фонетичному рівні: алітерація, асонанс;
- на лексичному рівні: стилістично-маркована лексика (сленгізми, діалектизми, жаргонізми та інші) та лексичні стилістичні засоби (метафора, метонімія, іронія, зевгма, каламбури, епітети, оксиморон, гіпербола та інші)
- на синтаксичному рівні: інверсія, риторичні фігури.

Використання засобів вираження експресивності забезпечує реалізацію однієї з основних функцій публіцистичного тексту — функції впливу.

В ході практичного дослідження було розглянуто статті на міжнародному інформаційному порталі БіБіСі та розважально-пізнавальному порталі журналу «Космополітен» та їх переклад на українську мову. Виокремлено 413 одиниць дослідження, з них 99 одиниць із інформаційного порталу БіБіСі та 314 з розважально-пізнавального ресурсу при однаковій кількості досліджених

статей. Це пояснюється впливом на вибір та частотність вживання стилістичних засобів залежно від прагматико-комунікативної спрямованості статей.

Виокремлені одиниці було згруповано за рівнем використання (графічні, фонетичні, лексичні та стилістичні) та класифікованом за видом стилістичного засобу. Відповідно встановлено, що найчисленнішою виявилася група лексичних стилістичних одиниць, що налічує 261 одиницю вираження експресивності, які в свою чергу поділяються на стилістично-марковану лексику та тропи. Виявлено, що найбільшого поширення в англомовних публіцистичних текстах набувають епітети, їх чисельність становить 75 одиниць. Серед досліджених та класифікованих 413 одиниць дослідження, 136 стилістичних одиниць складають групу засобів вираження експресивності на синтаксичному рівні. До цієї групи входять фразеологічні одиниці, яких нараховано у роботі 49, вони є найбільш поширеними із групи синтаксичних стилістичних засобів. Порівняно невелику групу складають засоби вираження експресивності на графічному та фонетичному рівнях, їх було виділено 16 одиниць.

Після дослідження українських відповідників англомовних статей, було виділено три основні типи перекладацьких прийомів та трансформацій: калькування, тобто прямий переклад із повним збереженням уживаного стилістичного засобу; компенсація, тобто описовий переклад або заміна стилістичного засобу на інший із збереженням стилістичного ефекту в цілому; та опущення, тобто відсутність у перекладі вжитого в тексті оригіналу стилістичного засобу. Найчастотнішим за вживанням прийомом стало калькування (244 одиниці), друге місце посіла компенсація і склала теж велику за розміром групу (144 одиниці). Прийом опущення застосовується доволі рідко (25 одиниць), лише у випадках, коли стилістичним прийомом можна пожертвувати, не змінивши при цьому зміст та прагматичний аспект речення.