

них зооморфізмів в іншій мові. Фразеологічні одиниці з назвами тварин використовуються для образної характеристики і мають високий конотативний потенціал. При цьому, негативні характеристики із зоонімами переважають над позитивними. Вважаємо, це пов'язано з тим, що позитивне сприймається як закономірне. Подолання труднощів, виправлення помилок дуже важливе для людини, і ці прагнення стійко

закріплені в мові. Найчастіше зооморфізми англійської та української мов утворюються за рахунок внутрішніх ресурсів мови: метафоризації та порівняння.

Розроблені в результаті дослідження матеріали відкривають додаткові **перспективи** для подальшого дослідження зооморфізмів, зокрема для вивчення їхнього функціонування у порівняльному аспекті в художніх текстах.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary> (дата звернення: 15.09.2022).
2. Macmillan Dictionary. URL: <http://www.macmillandictionary.com> (дата звернення: 15.09.2022).
3. Merriam-Webster Learner's Dictionary. URL: [learnersdictionary.com/definition/road](http://learnersdictionary.com/definition/road) (дата звернення: 15.09.2022).
4. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://www.sum.in.ua> (дата звернення: 26.09.2022).
5. Балла М. І. English-Ukrainian Dictionary. Київ : Освіта, 1996. 1464 с. URL: <http://linguisto.epizy.com/dict/en.php> (дата звернення: 26.09.2022).
6. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови. – К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с. URL: <https://archive.org/details/velykyislovnyk/page/116/mode/2up> (дата звернення: 26.09.2022).
7. Humboldt W., von. *Schriften zur Sprache*. – Stuttgart : Phillip, 1980. 256 S.
8. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація. Київ : ВЦ «Академія», 2012. 288 с.
9. Башук Н. П. Фразеологізми із зоонімічним компонентом в німецькій та українській мовних картинах світу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія»*. 2020. Вип. 9(77). С. 200–203.
10. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.
11. Солдатова С. М. Паремії на позначення «щастя» у мовній картині німецького народу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Лінгвістика*. 2018. Вип. 34. С. 89–92.
12. Антуф'єва В. А., Белоусова В. В., Драпалюк К. І. Національна унікальність фразеологізмів у мовній картині світу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Германістика та міжкультурна комунікація*. 2020. Вип. 1. С. 80–85.
13. Жайворонко В. В. Знаки української етнокультури. Київ : Довіра, 2006. 703 с. URL: [http://ukrlit.org/slovnnyk/zhaivoronok\\_znaky\\_ukrainskoi\\_etnokultury](http://ukrlit.org/slovnnyk/zhaivoronok_znaky_ukrainskoi_etnokultury) (дата звернення: 18.10.2022).

УДК 11.111'37

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.25.1.27>

## МОВНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОЇ СПЕЦИФІКИ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ТЕКСТУ

### LINGUAL MEANS OF FORMATION OF LINGUISTIC AND CULTURAL SPECIFICITY OF A PUBLICISTIC TEXT

Нечипоренко В.О.,

[orcid.org/0000-0002-2429-9487](https://orcid.org/0000-0002-2429-9487)

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземної філології та перекладу

Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету

Статтю присвячено дослідженню мовних засобів формування лінгвокультурної специфіки публіцистичного тексту. Публіцистичний дискурс має потужний регулятивний потенціал, тому його дослідження в межах теорії мовленнєвого впливу, що вивчає засоби і стратегії оптимізації процесу спілкування, є актуальним. Як і будь-яке

лінгвокультурне явище, публіцистичний дискурс, крім суто лінгвального, має зовнішній екстралінгвальний та внутрішній лінгвокогнітивний виміри. Лінгвокультурний аналіз публіцистичного дискурсу та його мовних особливостей є актуальним напрямком лінгвістичних студій. Метою даної розвідки є узагальнення розуміння публіцистичного дискурсу в комунікативному аспекті, аналіз лінгвокультурної специфіки сучасного англомовного публіцистичного тексту в перекладацькому вимірі. Основний шлях до пізнання лінгвокультурного контенту видання передбачає аналіз змісту культурно маркованих знаків. Знаки лінгвокультури репрезентують духовно-ціннісні уявлення спільноти в конкретному газетному чи журнальному контенті, тобто світорозуміння не лише окремої людини, але і суспільства, а отже – свідомість культури, що відбивається, матеріалізується в семіотичній системі і без неї не існує. У дослідженні здійснено синхронний аналіз публікацій медіа-ресурсу BBC News. В BBC News, як і в інших ЗМІ, усі медіатексти набувають тематичну віднесеність, тобто зорганізуються за відповідними рубриками і передаються споживачеві, який їх сприймає, декодує, інтерпретує. Чітке структурування інформаційного потоку здійснюється за допомогою усталених концептуальних медіатопіків. Досліджуючи лінгвокультурну специфіку англомовного сайту новин BBC News, ми зосередимося в першу чергу на аналізі суспільно-політичних реалій, пов'язаних з життям королівської родини, оскільки це один з найпопулярніших медіатопіків британської публіцистики. Результати здійсненого аналізу дозволяють зробити висновок про те, що лінгвокультурний контент публіцистичного тексту може потребувати додаткового лінгвокраїнознавчого коментаря не лише у випадках, коли мова йде про текст перекладу, кінцевим споживачем якого не є носій англійської мови. Окреслено перспективи подальших наукових розвідок.

**Ключові слова:** культура, лінгвокультурний простір, публіцистичний текст, медіатопік, лінгвокультурний контент, BBC News.

The article deals with the research of lingual means of formation of linguistic and cultural specificity of a publicistic text. A publicistic discourse has a powerful regulatory potential therefore the study of this discourse from the positions of the theory of speech impact, including research of means and strategies of communication process optimization, is highly topical. The publicistic discourse like any other linguistic and cultural phenomenon possesses both extralingual and intrinsic lingual and cognitive aspects. Linguistic and cultural analysis of the publicistic discourse and its linguistic specificities is of current interest within linguistic studies. The aim of the article is to summarize the comprehension of the publicistic discourse within the communicative approach, to analyze linguistic and cultural specificity of the modern English publicistic text within the frames of translation studies. The general approach to learning the linguistic and cultural content of any publication is the analysis of the culturally marked signs' meaning. Linguistic and cultural signs represent spiritual and valuable ideas of the community in the certain newspaper or magazine content that is the social worldview instead of the personal worldview. Consequently, consciousness of culture is reflected by linguistic and cultural signs in semiotic system and cannot exist without it. The work attempts to conduct a synchronous analysis of publications selected on the site of BBC News. BBC News' media texts get thematic relevance and are organized according to specific headings and transmitted to readers. Then readers perceive, decode and interpret them. Clear structuring of the information flow is carried out using established conceptual media topics. Investigating the linguistic and cultural specificity of the English-language BBC News website, we focus primarily on the analysis of socio-political realities related to the life of the royal family, as this is one of the most popular media topics in British journalism. The results of the performed analysis allow us to conclude that the linguistic and cultural content of the publicistic text may require an additional linguistic and regional commentary not only in cases when it comes to the translated text, the end user of which is not a native English speaker. Prospects for further scientific research are outlined.

**Key words:** culture, linguistic and cultural space, publicistic text, media topic, linguistic and cultural content, BBC News.

**Постановка проблеми.** Характер сучасного дискурсу в публіцистиці все складніше піддається жанровій та стилістичній класифікації. Дослідження жанрової природи медіатекстів, навіть у еру зародження «нових медіа», не завершено: відсутні чіткі і однозначні межі жанрів у журналістиці і публіцистиці; не відзначено суттєвого просування у розв'язанні даної проблеми у порівнянні із загальнолінгвістичними дослідженнями жанру. Сучасна лінгвістика розглядає публіцистичний дискурс як складне комунікативне явище, «яке містить не тільки акт творення певного тексту, але й відображає залежність мовного твору від багатьох екстралінгвістичних обставин – знань про світ, поглядів, думок і конкретної мети мовця як його творця» [1, с. 36]. Тобто, як і будь-яке лінгвокультурне явище, публіцистичний дискурс, крім суто лінгвального, має зовнішній екстралінгвальний та внутрішній лінгвокогнітивний виміри. На думку К. Разумної,

це пояснюється тим, що публіцистичний дискурс уналежнюють до найпотужніших засобів передачі інформації та впливу на суспільство [4, с. 121]. Англійська лінгвокультура є центром скупчення різноманітної інформації, що активно генерується у рамках публіцистичного дискурсу. Аналіз публіцистичного дискурсу дозволяє дослідити цінності англійської лінгвокультури крізь призму «живого» масмедійного спілкування. Дослідження публіцистичного дискурсу у призмі лінгвокультурологічних студій дає змогу більш детально окреслити особливості англійської мовної картини світу на сучасному етапі функціонування британського суспільства, адже саме у рамках публіцистичного дискурсу вирішуються актуальні питання країни.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у дослідження взаємозв'язку мови, літератури й національної культури зробили українські вчені В. Ващенко, П. Гриценко,

В. Жайворонок, М. Кочерган, І. Чередниченко. Грунтовними дослідженнями в царині лінгвокультурології відзначилися Л. Кожухівська, Т. Левченко, О. Потапенко, Я. Потапенко, Т. Чубань. В даному контексті також слід згадати науковий доробок М. Алефіренка, Ф. Бацевича, А. Загнітка, Л. Лисиченко, В. Манакіна, О. Селіванової. Останніми роками публіцистичний дискурс постає центром зацікавлень у лінгвістичних студіях багатьох дослідників, серед яких Ф. Бацевич, А. Загнітко, Т. Лук'янова, М. Мамич, С. Потапенко, К. Разумна, І. Шевченко.

**Постановка завдання.** Метою даної розвідки є узагальнення розуміння публіцистичного дискурсу в комунікативному аспекті, аналіз лінгвокультурної специфіки сучасного англomовного публіцистичного тексту в перекладацькому вимірі. Мета роботи передбачає розв'язання таких завдань: окреслити місце лінгвокультурології в дослідженні масмедійного простору; визначити засади та актуальні напрямки вивчення мови ЗМІ в контексті лінгвокультурології та медіастилістики; обґрунтувати зміст поняття 'лінгвокультурний контент'; проаналізувати лінгвокультурний контент британських ЗМІ у перекладацькому вимірі.

**Виклад основного матеріалу.** Публіцистика створює у свідомості соціуму картину світу, зображуючи оточуючу дійсність завершеними художніми фрагментами, намагаючись відповідати новинним подіям, але встигаючи переосмислювати ці картини і доносити до споживача сутність свого переосмислення.

Термін контент останнім часом став одним з найбільш вживаних у дигітальних ЗМІ. Саме слово контент (від лат. *contentum* – 'зміст', 'вміст') з поширенням Інтернету набуло нового специфічного значення. Як слушно зауважує М. Мамич, значення слова контент формується на тлі усвідомлення того, що будь-яка інформація потребує структурування для полегшення її сприймання, орієнтації аудиторії її споживачів щодо пошуку тих матеріалів, що становлять цінність для соціокультурної спільноти [2, с. 24]. У сучасній теорії соціальних комунікацій, медіалінгвістиці у вузькому термінологічному вживанні – це «загальний обсяг інформації Інтернету або окремого інформаційного ресурсу, реалізований як сукупність текстів; сукупність вмісту певного (друкованого чи електронного) часопису» [3, с. 450]. У нашому дослідженні для визначення сутності поняття 'контент масмедіа' ми послуговуємося дефініцією, запропонованою українською дослідницею М. Мамич: «Контент – структурований за рубри-

ками, тематичними блоками, жанрово-стильовими різновидами зміст медіа» [2, с. 24]. Саме через конкретні жанри з їх медіатопіками і відповідним лінгвокультурним наповненням і формуються контенті видань.

Основний шлях до пізнання лінгвокультурного контенту видання передбачає аналіз змісту культурно маркованих знаків. Знаки лінгвокультури репрезентують духовно-ціннісні уявлення спільноти в конкретному газетному чи журнальному контенті, тобто світорозуміння не лише окремої людини, але і суспільства, а отже – свідомість культури, що відбивається, матеріалізується в семіотичній системі і без неї не існує. Вивчення мовного матеріалу відкриває певні можливості для пізнання ментальності нації. Інформація, викладена англійською мовою, є одним з джерел англійського лінгвокраїнознавства.

Британська телерадіомовна корпорація (англ. *British Broadcasting Corporation*, аббревіатура *BBC*) – британська компанія суспільного телерадіомовлення. За кількістю слухачів це найбільша телерадіомовна компанія у світі. Штаб-квартира корпорації знаходиться у *Broadcasting House* у *Вестмінстері*, Лондон. *BBC News* – оперативний бізнес-підрозділ Британської телерадіомовної корпорації, відповідальний за збір та трансляцію новин і поточних подій. Відділ є найбільшою у світі новинною організацією та генерує приблизно 120 годин контенту кожного дня. Служба підтримує 50 зарубіжних інформаційних бюро та 250 кореспондентів по всьому світу.

Україномовний підрозділ міжнародної медіакорпорації *BBC* спочатку з'явився як україномовне радіо «*BBC Україна*». Радіо розпочало мовлення 1 червня 1992 року і припинило мовлення 29 квітня 2011 року. Після закриття радіо залишився лише україномовний сайт новин *BBC News Україна*, що публікує контент у вигляді новинної стрічки на сайті *bbc.ua* та у вигляді телевізійних новин на сайті *bbc.ua* та *YouTube*-каналі *BBC News Україна*, а також у ефірі партнерів телеканалу.

Контент *BBC News*, як і будь-який інший, відзеркалює певні ціннісні орієнтири представників світової спільноти, що структурована за соціальними (гендерними, освітніми, віковими, професійно-рольовими тощо), культурними (етно-, національно, релігійно, ціннісно маркованими), територіальними тощо чинниками.

Лінгвокультурне насичення інформаційного медійного поля суспільства відображене в ньому через репрезентацію вербалізованих об'єктів культури та духовно-ментальних цінностей

буття. Лінгвокультурологічний аспект вивчення контенту ЗМІ переносить долідження на рівень концептуальний, поняттєвий, когнітивно-ідеологічний, посилює в ньому ціннісну інформацію про стан культури суспільства. Основний шлях до пізнання лінгвокультурного контенту видання пов'язаний з класичним семасіологічним аналізом змісту культурно маркованих знаків. У нашому дослідженні ми фокусуємося на синхронному аналізі публікацій медіа-ресурсу BBC News. Медіатексти, створені в конкретний історичний час, у певній національній лінгвокультурі, відображають ментальність та духовний світ лінгвосоціуму. Уявний читач за системою рубрик, заголовків, медіатекстів у їх жанрово-стильових різновидах, за концептуальним змістом наскрізних слів-понять, фразеологічних сполучень, перифраз, публіцистичних кліше, прецедентних імен, мовно-естетичних знаків культури прилучається до лінгвокультурного контенту.

Когнівістика розглядає медіатекст не як статичне, а як динамічне утворення в поєднанні з позалінгвістичними факторами, які впливають на створення, розповсюдження, функціонування, сприйняття і інтерпретацію публіцистичного тексту. Левову частку знань про події у сучасному світі людина отримує із засобів масової інформації. Вони відіграють суттєву роль у формуванні інформаційної картини світу, вибудовуючи інформаційний простір відповідно до сталих концептуальних моделей, що в свою чергу знаходить свій відбиток у чіткому тематичному структуруванні медіаматеріалів. Побудова інформаційної картини світу у свідомості читацької, глядацької, Інтернет-аудиторії є когнітивним еквівалентом картини всіх тих подій, які відбуваються в оточуючому світі у даний момент часу.

У першу чергу відбувається структурування потоку інформації, коли інформація про події сприймається свідомістю автора (журналіста), опрацьовується і кодується мовними засобами, перетворюючись на медіатекст – продукт когнітивної діяльності свого творця. В BBC News, як і в інших ЗМІ, усі медіатексти набувають тематичну віднесеність, тобто зорганізуються за відповідними рубриками і передаються споживачеві, який їх сприймає, декодує, інтерпретує. Повідомлення про явища дійсності, їхні об'єктивні властивості, які знаходяться поза спостереженням реципієнтів, наявні у медіатексті як результати осмислення цієї дійсності, її віддзеркалення свідомістю автора тексту.

Чітке структурування інформаційного потоку здійснюється за допомогою усталених концепту-

альних медіатопіків. Усталений медіатопік, або тематичний блок – це поняття, яке включає усю сукупність новинних матеріалів і повідомлень, поєднаних однією тематикою. Традиційними для британських ЗМІ є поділ тематичних блоків на дві групи: теми універсального висвітлення і культуроспецифічні тематичні блоки. До усталених тематичних компонентів належать політика, економіка, фінанси, катастрофи і природні катаклізми, наука, закони, освіта, культура, релігія, здоров'я, спорт, погода. Дані теми у змістовому плані охоплюють практично усі сфери суспільного життя (*War in Ukraine, Coronavirus, Climate, World, UK, Business, Tech, Science, Stories, Entertainment & Arts, Health*).

Проте наявні і такі теми, які притаманні лише даній культурі. Мова йде про найбільш частотні, повторювальні теми, які постійно присутні у ЗМІ Великої Британії, т. з. “buzz-topics”. Культуроспецифічна тематика відображає специфіку сучасного британського життя і відіграє неабияку роль у загальному об'ємі інформації. Загалом англійські ЗМІ завжди демонстрували підвищений інтерес до приватного життя можновладців, політиків і членів королівської родини.

У словах із особливими культурно-специфічними значеннями знаходять відображення як спосіб життя певного мовного колективу, так і спосіб мислення. Основу семантичних систем різних мов складають понятійні системи, які склалися у свідомості представників різних лінгвокультурних спільнот. Більшість науковців схиляються до думки, що навіть при всіх загальних умовах, у житті кожного народу наявні характерні лише для нього реалії культури, побуту і оточуючого світу. В будь-якій іншій культурі цим реаліям будуть відповідати повні або часткові пробіли. Усі ці реалії знаходять віддзеркалення в мові у вигляді мовних позначень даних специфічних елементів, які містять культурний відбиток (національних словесних образах). У культурно-специфічних словах втілюється минулий досвід народу стосовно дій і уявлень про різні речі – таким чином вони зберігають ці способи для майбутніх поколінь. Для позначення найменувань, які найяскравіше відображають особливості культури народу-носія конкретної мови, використовується ціла низка термінів: безеквівалентна лексика, неповноеквівалентна лексика, реалії, варваризми, лакуни, фонові лексика, національні словесні образи, екзотична лексика, культурами тощо.

Для дефініції національно-культурної інформації у складі лексичного значення існують і інші терміни: національно-культурні компоненти зна-

чення і культурно-історичні компоненти. У слові міститься не лише актуальна інформація, що передається через повсякденну мовленнєву комунікацію. У ньому накопичується інформація різного типу: соціально-історична, інтелектуальна, експресивно-емоційна, оцінна, загальногуманістична, а також національні знання. Така інформація є основою соціально-історичного, національно обумовленого культурного компоненту смислової структури слова.

У зв'язку з викладеним вище робимо висновок про те, що національно-культурна інформація – це сукупність позамовних і текстових семантичних компонентів, які відображають культурний спадок і сучасність даного національного колективу і існують у свідомості носія мови. Національно-культурна (фонова) інформація є однаковою для автора і реципієнта тексту у випадку, коли вони належать до одного національно-культурного і мовного колективу з сформованими уявленнями про оточуючу дійсність, з певними оцінками соціально-політичних і культурно-історичних процесів і явищ. Безсумнівно, що у носія мови і у адресата фонова інформація відрізняється: вона може співпадати у деяких аспектах; не співпадати або повністю бути відсутньою, що викликає неповноцінне, а інколи хибне сприйняття дійсності.

Окрім традиційних реалій, які виражені безеквівалентною лексикою, фонова інформація присутня в особливих реаліях – асоціативних, пов'язаних з різноманітними національними історико-культурними явищами і особливим чином зафіксовані у мові. Ці реалії експлікуються звичайними словами, а не безеквівалентною лексикою, а їхня специфічність – у компонентах значення слів, у відтінках слів, у внутрішній словесній формі, в емоційно-експресивному забарвленні. В мові також можна виявити лексичні одиниці, які повністю складаються з такої інформації: назви характерних лише для окремих націй і народів предметів матеріальної культури, історичних подій, державних інституцій, свят, телепрограм, елементів фольклору.

Досліджуючи лінгвокультурну специфіку англomовного сайту новин BBC News, ми зосередимося в першу чергу на аналізі суспільно-політичних реалій, пов'язаних з життям королівської родини, оскільки це один з найпопулярніших медіатопіків британської публіцистики. За даними сайту Statista.com, медіа присутність британських монархів є найвищою серед усіх королівських родин Європи. Королева Сполученого Королівства Єлизавета II була найпопулярнішим членом королівської родини у віртуальній пресі.

За період з січня по квітень 2021 року майже 200 000 онлайн статей згадували Королеву [5].

Серед інших нашу увагу привернула стаття “King Charles III, the new monarch” [7], опублікована на офіційному сайті BBC. Наведемо приклад того, що лінгвокраїнознавча інформація потребує коментаря навіть у тих випадках, коли вона адресована реципієнтам-носіям мови. Так, автори статті пояснюють читачам підгрунтя питання, яке ж ім'я обере новий король: *What will he be called? He will be known as King Charles III. That was the first decision of the new king's reign. He could have chosen from any of his four names – Charles Philip Arthur George.* Для українських читачів автори публікації дають ще більш розлоге пояснення факту вибору імені монархом, посилаючись на історичні прецеденти: *Як його будуть називати? Одним із перших його рішень має бути, чи правити як король Чарльз III, чи обрати інше ім'я. Наприклад, ім'я його діда Георга VI було Альберт, але він правив, використовуючи одне зі своїх імен по батькові. Чарльз міг вибрати будь-яке зі своїх чотирьох імен – Чарльз, Філіп, Артур, Джордж [6].* Важливо відзначити той факт, що український варіант імені британського короля *Чарльз III* демонструє звільнення від усталеної ще з радянських часів традиції іменувати королів «особливими» варіантами імен, як то: *Георг* замість *Джордж*, *Карл* замість *Чарльз*. Сучасна українська транслатологія слідує фонетичному принципу перекладу власних імен. Далі подається інформація про зміну титулів дружини і старшого сина Чарльза III. Як автори публікації, так і перекладачі надають практично тотожну інформацію однакового обсягу. Проілюструємо вищевикладене прикладами: *There is also a new title for Charles' wife, Camilla, who becomes the Queen Consort – consort is the term used for the spouse of the monarch. – Також буде новий титул для дружини Чарльза, її повний титул буде королева-консорт – це термін, який використовується для позначення дружини монарха.* Цікавими історичними фактами насичений уривок статті, присвячений локації, де буде проходити майбутня коронація: *For the past 900 years the coronation has been held in Westminster Abbey – William the Conqueror was the first monarch to be crowned there, and Charles will be the 40th.* Знову констатуємо співпадіння обсягу повідомлення як для автентичних споживачів, так і для читачів перекладеної версії: *Останні 900 років коронація проходила у Вестмінстерському абатстві – Вільгельм Завойовник був першим монархом, коронованим*

там, а Чарльз стане 40-м. Автори статті також привертають увагу читачів обох варіантів статті до того факту, що вперше з 1952 року національний гімн Сполученого Королівства лунатиме у версії "God Save the King!" / "Боже, бережи Короля!", замість звичного "God Save the Queen!" / "Боже, бережи Королеву!". Цікавою з погляду лінгвокультурології є ремарка щодо фінансування витрат на церемонію коронації: *Unlike royal weddings, the coronation is a state occasion - the government pays for it, and ultimately decides the guest list.* – На відміну від королівських весіль, коронація є державною подією – уряд оплачує її, і остаточно визначає перелік гостей. Незважаючи на те, що дана фраза присутня і в англійській, і в українській публікації, ми схилиємося до думки, що головним адресатом цієї інформації є англійській читач, адже питання фінансування державних заходів і витрат податків – це традиційні проблеми, які хвилюють британців.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Результати здійсненого аналізу дозво-

ляють зробити висновок про те, що лінгвокультурний контент публіцистичного тексту може потребувати додаткового лінгвокраїнознавчого коментаря не лише у випадках, коли мова йде про текст перекладу, кінцевим споживачем якого не є носій англійської мови. Оскільки статті, присвячені членам королівської родини, можуть містити великий обсяг історичної інформації, посилалися на історичні і культурні прецеденти, бути насиченими власними іменами, титулами, топонімами, з якими у повсякденному житті сучасний британець практично не стикається, додаткові роз'яснення будуть справляти позитивний ефект не тільки для правильного, адекватного розуміння змісту, а й з просвітницьких позицій. Якщо говорити про підготовку іншомовних версій публікацій, в даному випадку – українського варіанту, то такі коментарі є просто невід'ємною частиною змісту. Отже, дослідження лінгвокультурної специфіки публіцистичних текстів є перспективним напрямом досліджень як з позицій лінгвокультурології, когнітивної лінгвістики, так і з позицій перекладознавства.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гончар О. С. Публіцистичний дискурс та його функції. Новітня філологія. Вип. 6 (36). 2010. С. 35. Мамич М. В. Лінгвокультурологічний контент журналу «Жінка» (середина ХХ – початок ХХІ століття) : дис. ... доктора філологічних наук. НАН України Інститут української мови. К., 2016. 399 с.
2. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп. К. : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
3. Разумна К. А. Англійськомовний публіцистичний дискурс у дзеркалі сучасних лінгвістичних розвідок. Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету ім. І. Франка. Сер. Філол. науки (мовознавство). 2018. № 10. С. 121– 125.
4. Celebrity Index – European royal families. Statista.com. URL: <https://www.statista.com/study/88314/celebrity-index-european-royal-families/>
5. "Боже, бережи короля!" Чарльза III офіційно оголосили монархом. BBC NEWS Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-62861231>
6. King Charles III, the new monarch. BBC NEWS. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-59135132>