

УДК 811.111:81'37:81'42
DOI <https://doi.org/10.26661/2414-9594-2022-2-6>

АМЕРИКАНСЬКА НАЦІОНАЛЬНО МАРКОВАНА ЛЕКСИКА В АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ТА ЖУРНАЛЬНИХ ТЕКСТАХ: КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ

Разумна К. А.

аспірантка

Навчально-науковий інститут філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

бульвар Тараса Шевченка, 14, Київ, Україна

orcid.org/0000-0002-1085-534X

mardza.kr@gmail.com

Ключові слова: *національно маркована лексика, газетні та журнальні тексти, кластерний аналіз, дискурс, національно-культурний компонент.*

Статтю присвячено дослідженню американської національно маркованої лексики, яка вживається в англійськомовних публіцистичних текстах, зокрема мові газет та журналів. Основою дослідження є сто національно маркованих лексичних одиниць американського варіанту англійської мови, які за допомогою методу кластерного аналізу поділено на чотири групи. Цей метод дає змогу формувати кластери досліджуваних об'єктів на основі їх подібності. Класифікація національно маркованих лексичних одиниць ґрунтується на двох параметрах: домінуючому типі національно маркованої лексики (суспільно-політичні, географічні або етнографічні лексеми) та на основі текстів, у яких найчастіше вживаються досліджувані лексичні фрагменти певного кластера (науковий, художній, журнальний, газетний, розмовний). У статті детально розглянуто другий та четвертий кластери національно маркованої лексики, оскільки в них сконцентрувалися лексичні одиниці, які найчастіше вживаються в публіцистичних текстах. Зокрема, у другому кластері більшість національно маркованої лексики є характерною для газетних матеріалів, а в четвертому – для журнальних текстів. Національно марковані лексеми другого кластера вживаються також у науковому дискурсі, тоді як у четвертому були репрезентовані лексичні одиниці, притаманні художньому, газетному та науковому текстовому корпусу. Окрім того, встановлено, що в газетних текстах переважає суспільно-політична національно маркована лексика, а для журнальних матеріалів панівним типом національно маркованих лексичних одиниць є етнографічні. Найменш уживаними в публіцистичних текстах виявилися географічні національно марковані лексеми, які становлять найменшу частку газетного та журнального корпусів.

AMERICAN NATIONALLY MARKED VOCABULARY IN THE ENGLISH NEWSPAPER AND MAGAZINE TEXTS: CLUSTER ANALYSIS

Razumna K. A.

Postgraduate Student

*Educational and Scientific Institute of Philology
of Taras Shevchenko National University of Kyiv
Taras Shevchenko Boulevard, 14, Kyiv, Ukraine
orcid.org/0000-0002-1085-534X
mardza.kr@gmail.com*

Key words: *nationally marked vocabulary, newspaper and magazine texts, cluster analysis, discourse, national-cultural component.*

The paper presents the study of American nationally marked vocabulary that is used in English journalistic texts, particularly in newspapers and magazines. The study is based on one hundred nationally marked American English vocabulary items that were divided into four groups using cluster analysis. This method helps group the objects under study into clusters based on their similarity. The classification of the nationally marked vocabulary was based on two parameters, namely the prevailing type of nationally marked vocabulary (public and political, geographic or ethnographic) and the type of texts where these vocabulary items are most frequently used (academic, fiction, magazine, newspaper, spoken). The article provides a detailed description of the second and fourth clusters of nationally marked vocabulary since these are the clusters with the highest percentage of vocabulary that is used in journalistic texts. In particular, most vocabulary items from the second cluster are mainly used in the newspaper texts, while vocabulary from the fourth cluster predominates in the magazine materials. Nationally marked vocabulary from the second cluster is also found in the academic discourse, whereas the fourth cluster contains vocabulary that is also used in fiction, newspaper, and academic texts. In addition, it was found that public and political nationally marked vocabulary is most often used in the newspaper texts; and the prevailing type of nationally marked vocabulary in the magazine texts is ethnographic vocabulary. Geographic nationally marked vocabulary is least frequently used in journalistic texts, accounting for the lowest percentage in newspaper and magazine texts.

Постановка проблеми. З огляду на сучасні процеси глобалізації та інтернаціоналізації сучасні лінгвістичні студії все більше скеровані на дослідження взаємозв'язку мови та культури, вивчення лексичних одиниць, які передають національну та культурну специфіку певної мови. У ній відображено національну своєрідність народу та особливості його культури. Кожна нація має лише їй притаманні риси, особливості, унікальні предмети побуту тощо, які знаходять своє відображення в мовній «картині світу» того чи іншого етносу. Із цього погляду мова – це не лише система знаків, а й джерело інформації про національні, культурні та ментальні особливості носіїв мови. В умовах сучасного світу публіцистичні тексти стають ключовим видом дискурсу, що сприяє формуванню концептуальної картини світу людини, а також найбільш швидко і повною

мірою відображає мовні особливості тієї чи іншої нації, а також є однією зі сфер концентрації національно маркованої лексики [1]. Оскільки сфера найбільшої концентрації національно маркованих лексичних одиниць потребує більш глибокого і детального вивчення із застосуванням поетапної методики, це зумовлює актуальність запропонованої розвідки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічне підґрунтя національно-культурної специфіки мовних одиниць ґрунтується на базових знаннях про мовну картину світу (В. Телія [2], Т. Григоренко [3], В. Жайворонко [4]), взаємозв'язку мови та культури (Є. Верещакін [5], В. Костомаров [5], В. Воробйов [6], А. Вежбицька [7]), відтворенні національно маркованих лексичних одиниць у перекладі (С. Влахов [8], С. Флорін [8], Р. Зорівчак [9], В. Още-

пкова [10], П. Ньюмарк [11], Х. Аксіела [12], Д. Робінсон [13]), тексти, зокрема публіцистичному (А. Загнітко [14], І. Корольов [15], О. Мосейчук [16]). Водночас поза увагою дослідників залишається питання класифікації національно маркованої лексики в публіцистичному корпусі.

Мета дослідження – встановлення типів національно маркованих лексичних одиниць, які вживаються в англійськомовних газетних та журнальних текстах. **Об'єктом** дослідження є національно марковані лексичні одиниці американського варіанту англійської мови, а **предметом** – типи національно маркованої лексики, які є характерними для англійськомовних публіцистичних текстів, зокрема мови газет та журналів.

Матеріалом дослідження слугували лексикографічні джерела Oxford Advanced Learner's Dictionary [17], Longman Dictionary of Contemporary English [18], Oxford Guide to British and American Culture [19], Dictionary of the USA [20], та мовний корпус Corpus of Contemporary American English [21]. Із них методом суцільної вибірки було відібрано 100 лексичних одиниць, які мали примітку про національну належність слова до американського варіанту англійської мови. На основі семантичного аналізу відібрані лексичні одиниці були поділені на три групи: географічні, етнографічні та суспільно-політичні (відповідно до предметної класифікації, розробленої С. Влаховим та С. Флоріним [8, с. 79]). Для визначення сфер уживання тих чи інших типів національно маркованої лексики було використано корпус англійської мови Corpus of Contemporary American English, що дало змогу встановити частоту вживання кожної відібраної лексичної одиниці в різних типах дискурсу, а саме науковому (academic), художньому (fiction), журнальному (magazine), газетному (newspaper) та розмовному (spoken). Для визначення типології національно маркованої лексики, яка є характерною для певного виду дискурсу було застосовано метод кластерного аналізу. Окрім того, у дослідженні використано описовий метод, метод зіставного аналізу та кількісних підрахунків.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні в лінгвістичних розвідках немає одностайності щодо тлумачення поняття «національно маркована лексика». Існує багато термінів, які позначають національно марковані лексичні одиниці, а саме: «безеквівалентна лексика» [22, с. 79; 8, с. 42], «реалії» [8, с. 47; 9, с. 58], «фонова лексика» [23, с. 99], «екзотизми» [24, с. 147], «лакуни» [24, с. 321], «культурно специфічна лексика» [12], «культурна лексика» [11], «культурно пов'язані поняття» [13]. У нашому дослідженні ми визначаємо національно марковану лексику як лексичні одиниці, що мають у своїй семантичній

структурі національно-культурний або національно-етнічний компонент, який відображає фонові (екстралінгвістичні) знання певної нації (носіїв мови), особливості звичаїв, побуту, мистецтва, суспільного ладу та всіх інших сфер життя носіїв певної мови.

Зауважимо, що публіцистичний дискурс є однією зі сфер найбільшої концентрації національно маркованої лексики американського варіанту англійської мови [1]. Для визначення репрезентативності національно маркованих лексичних одиниць в англійськомовних газетних та журнальних текстах застосовувався метод кластерного аналізу. Кластерний аналіз (cluster з англ. – пучок, скупчення, концентрація) – це метод аналізу, який використовується для розбивання сукупності об'єктів на однорідні групи (кластери). Об'єкти, які знаходяться в одній групі або кластері, мають подібні характеристики, але відрізняються від інших об'єктів, які виокремилися в інші кластери, причому подібність і відмінність визначаються за допомогою математичної функції, яка служить мірою близькості відстані між досліджуваними об'єктами [25, с. 2].

У результаті кластеризації відібрані національно марковані лексичні одиниці американського варіанту англійської мови були згруповані в чотири кластери. Аналіз лексичних одиниць у виокремлених групах показав, що кожен кластер має дві основні характеристики – переважаючий тип національно маркованої лексики та тип дискурсу, у якому вона є найбільш вживаною (рис. 1).

У нашому дослідженні детально розглядаються другий та четвертий кластери, оскільки саме у ці групи потрапили національно марковані лексичні одиниці, найчастіше вживані у публіцистичному дискурсі, а саме в газетних та журнальних текстах.

Переважає більшість (79%) національно маркованих лексичних одиниць другого кластера вживається у газетному матеріалі, і невелика частина (21%) є характерною для наукового дискурсу. Щодо розподілу за типами національно маркованої лексики більшу частку цього кластера (52%) становлять суспільно-політичні лексичні одиниці, а етнографічні та географічні національно марковані лексичні одиниці – 41% та 7% відповідно (рис. 2).

Із загальної вибірки національно маркованої лексики до другого кластера потрапили 29 національно маркованих лексичних одиниць (табл. 1).

Серед суспільно-політичних національно маркованих лексичних одиниць другого кластера трапляється лексика, пов'язана з освітою та освітніми закладами. Наприклад, лексичні одиниці *civics* (шкільний предмет про права та обов'язки громадян та про роботу уряду [18, с. 306]), *principal* (учи-



Рис. 1. Результати кластерного аналізу національно маркованих лексичних одиниць американського варіанту англійської мови

Джерело: власні дослідження

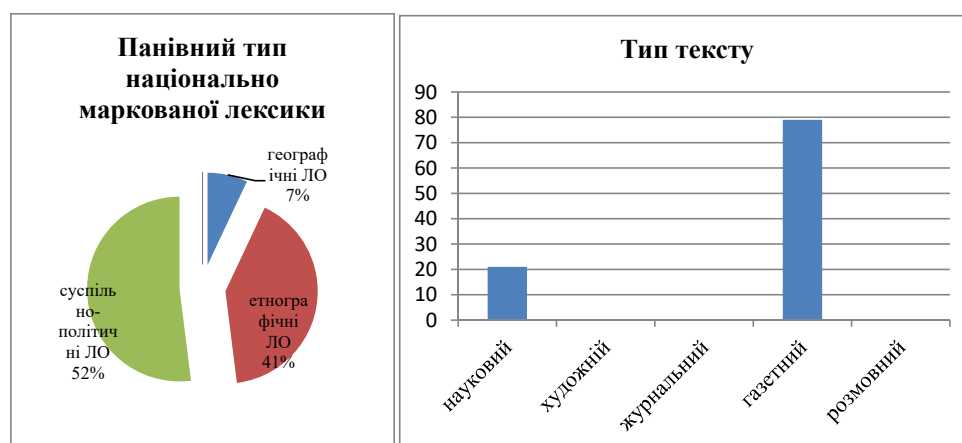


Рис. 2. Характеристика другого кластера національно маркованих лексичних одиниць американського варіанту англійської мови

Джерело: власні дослідження

Таблиця 1
Національно марковані лексичні одиниці другого кластера

Суспільно-політичні ЛО	Етнографічні ЛО	Географічні ЛО
alderman antitrust legislation bush-league chicanos civic center civics coed commissioner community college direct deposit docent drive-by eminent domain principal public corporation	all-terrain vehicle (ATV) bluegrass bologna bus(s)ing columbine condominium convenience store corn chip dodgeball double-header eatery fracas	boondocks Cotton Belt

тель, який очолює школу [17, с. 1220], *community college* (коледж, у якому навчаються студенти, котрі живуть удома, і в якому навчання дешевше, оскільки частину видатків беруть на себе місцеві органи влади; студенти такого коледжу зазвичай поєднують навчання з роботою [20, с. 120]), *coed* (студентка коледжу, до якого вступають як юнаки, так і дівчата [20, с. 115]). Частина суспільно-політичних національно маркованих лексичних одиниць стосується органів влади та організації суспільного ладу: *alderman* (член муніципалітету в США, який є представником окремих міських органів та разом з мером є частиною органів самоврядування міста [20, с. 26]), *civic center* (велика будівля, у якій проводяться громадські зустрічі та розважальні події [17, с. 266]), *commissioner* (керівник поліцейського департаменту в деяких регіонах США [18, с. 348]). Декілька лексичних одиниць цієї групи стосуються законодавства: *antitrust*

legislation (законодавство, прийняті переважно між 1890 і 1915 рр. із метою недопущення об'єднання великих корпорацій-трестів у монополії, що підривало конкуренцію; завданням законодавства було заохочення вільного підприємництва [20, с. 34]), *eminent domain* (право держави на примусове відчуження приватної власності для громадських потреб, зазвичай зі справедливою компенсацією [20, с. 164]), *drive-by* (прикметник, який використовується для опису вбивства, скоєного з проїжджаючого повз автомобіля [17, с. 471]).

Значну частку етнографічної національно маркованої лексики становлять побутові лексичні одиниці. Наприклад, *bluegrass* (тип традиційної американської музики кантрі, яку грають на гітарах і банджо [17, с. 156]), *condominium* (житловий будинок, у якому квартири є власністю людей, що проживають там, або квартира в такому будинку, власник якої може розпорядитися нею, як заманеться [20, с. 121]), *bologna* (ковбаса, виготовлена із суміші різних видів м'яса, яку кладуть на бутерброди [17, с. 161]), *dodgeball* (гра, у якій команди гравців утворюють кола і намагаються влучити в гравців іншої команди великим м'ячем [17, с. 452]), *fracas* (гучна сварка, у якій бере участь кілька людей і яка часто закінчується бійкою [20, с. 186]).

Географічна національно маркована лексика представлена лише двома лексичними одиницями: *Cotton Belt* (штати на півдні США, де бавовна була основною культурою [17, с. 347]) та *boondocks* (малонаселена необжита місцевість далеко від населених пунктів [20, с. 66]).

До четвертого кластера увійшли національно марковані лексичні одиниці, які переважно вживаються у журнальному матеріалі (76%), невелика частина національно маркованої лексики цього кластера трапляється в художніх та газетних тек-

стах (по 10% в кожному), а також у наукових (4%). Щодо тематичного розподілу національно маркованих лексичних одиниць в четвертому кластері, то більшість із них (62%) становить етнографічна національно маркована лексика, приблизно четверту частину (24%) – суспільно-політична і найменшу частку (14%) – географічні національно марковані лексичні одиниці (рис. 3).

До четвертого кластера також потрапили 29 національно маркованих лексичних одиниць (табл. 2).

Таблиця 2

Національно марковані лексичні одиниці четвертого кластера

Суспільно-політичні ЛО	Етнографічні ЛО	Географічні ЛО
Amish backwoodsman blue book Blue pages cloverleaf color bar dog tag	American cheese angel food cake animal crackers brown-bag bugaboo bull session chin-up clambake closeout clunker coffee cake cookie cutter cookout cornbread covered wagon cream puff Dear John letter dINETTE	butte condor Corn Belt cottonwood

Більша частина етнографічної національно маркованої лексики четвертого кластера – це лексичні одиниці, пов'язані з кулінарією (назви страв,

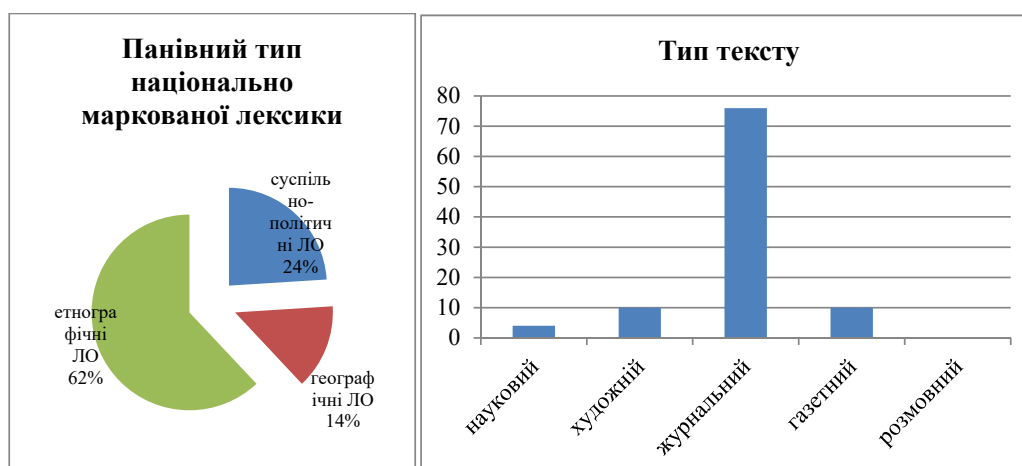


Рис. 3. Характеристика четвертого кластера національно маркованих лексичних одиниць американського варіанту англійської мови

Джерело: власні дослідження

способи приготування, місця приготування або вживання їжі). Наприклад, *animal crackers* (дитяче печиво у вигляді маленьких фігурок тварин [20, с. 34]), *coffee cake* (невеликий торт із розтопленим цукром зверху, який люди їдять із кавою [17, с. 287]), дієслово *to brown-bag* (приносити обід на роботу, як правило, у коричневому паперовому пакеті, або приносити власний алкоголь до ресторану, де не подають алкоголь [18, с. 217]), *cookout* (вечірка, на якій їжа готується на відкритому вогні на відкритому повітрі, наприклад на пляжі [17, с. 337]), *cream puff* (тістечко з начинкою зі збитих вершків або заварного крему [20, с. 133]), *dinette* (невеликий хол, що примикає до кухні та використовується як їдальня [20, с. 151]). Інші етнографічні національно марковані лексеми стосуються побуту: *bull session* (зустріч чоловіків, які зібралися поговорити, обговорити новини тощо [20, с. 79]), *closeout* (ситуація, коли товари продають дешево, щоб швидко від них позбутися [17, с. 279]), *clunker* (старий автомобіль чи інша машина, яка погано працює [18, с. 325]).

До групи суспільно-політичних національно маркованих одиниць увійшла лексика з різних сфер суспільного життя: *backwoodsman* (мешканець глибинки, віддаленої від населених пунктів [20, с. 47]), *blue book* (зошит із синьою обкладинкою, який використовується в американських коледжах для написання відповідей на екзаменаційні запитання [18, с. 179]), *cloverleaf* (транспортна розв'язка на перетині магістральних доріг [20, с. 113]), *dog tag* (невеликий шматок металу, який солдати носять на шиї, на якому написано їхні ім'я, група крові тощо [18, с. 525]).

Як і в другому кластері, найменшу кількість національно маркованої лексики в четвертому кластері становлять географічні національно марковані лексичні одиниці. Наприклад, *butte* (рівний на вершині пагорб, який стоїть відокрем-

лено від інших високих місць [17, с. 204]), *condor* (дуже великий південноамериканський гриф [18, с. 367]), *Corn Belt* (район традиційного вирощування кукурудзи на Середньому Заході (штати Айова, Іллінойс, Індіана) [20, с. 128]), *cottonwood* (північноамериканське дерево з насінням, схожим на білу бавовну [18, с. 403]).

Висновки. У дослідженні встановлено типи національно маркованої лексики американського варіанту англійської мови на основі методу кластерного аналізу. Відповідно було сформовано чотири кластери національно маркованої лексики: 1-й – етнографічна національно маркована лексика в художньому тексті; 2-й – суспільно-політична національно маркована лексика у газетному матеріалі; 3-й – суспільно-політична національно маркована лексика у розмовних текстах та 4-й – етнографічна національно маркована лексика журнального матеріалу. Слід зазначити, що другий та четвертий кластери містили національно марковані лексичні одиниці, притаманні публіцистичним текстам, зокрема газетному та журнальному. Національно маркована лексика другого кластера переважно вживається в газетному матеріалі, а четвертого – у журнальному. Переважну більшість національно маркованих лексем у газетних текстах (52%) становлять суспільно-політичні національно марковані лексичні одиниці, а в журнальному матеріалі переважає етнографічна національно маркована лексика (62%). Географічні національно марковані лексичні одиниці виявилися найменш уживаними в публіцистичних текстах (7% у газетних текстах та 14% – у журнальних).

Перспективу подальших досліджень убачаємо в установленні способів відтворення англійськомовних національно маркованих лексичних одиниць у публіцистичному тексті засобами української мови.

ЛІТЕРАТУРА

1. Разумна К.А. Функціонально-стильовий розподіл національно маркованої лексики на матеріалі англомовних корпусів. *Science and education a new dimension. Philology*. 2018. Vol. 6(42), Iss. 149. P. 56–59.
2. Телия В.Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира. *Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира*. Москва, 1988. С. 173–204.
3. Григоренко Т.В. Етнографічна лексика в мовній картині світу. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови*. 2010. Вип. 6. С. 186–191.
4. Жайворонок В.В. Проблема концептуальної картини світу та мовного її відображення. *Культура народів Причорномор'я*. 2002. № 32. С. 51–53.
5. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного; 4-е изд., перераб. и доп. Москва, 1990. 246 с.
6. Воробьев В.В. Лингвокультурология: монография. Москва, 2008. 336 с.
7. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / пер. с англ.; отв. ред. М.А. Кронгауз; вступ. ст. Е.В. Паллчевой. Москва, 1996. 416 с.
8. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. Москва, 1980. 343 с.

9. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад. Львів, 1989. 216 с.
10. Ощепкова В.В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии. Москва, 2004. 336 с.
11. Newmark P. A Textbook of Translation. New York, 1988. 311 p.
12. Aixela, J.F. Culture-Specific Items in Translation. Translation, Power, Subversion. Frankfurt, 1996. P. 52–78.
13. Robinson D. Becoming a Translator: An Accelerated Course. London & New York, 1997. 268 p.
14. Загнітко А.П. Сучасний політичний газетний дискурс: риторика і синтаксис. *Донецький вісник Наукового товариства ім. Т.Г. Шевченка*. 2007. Т. 16. С. 5–19.
15. Корольов І.Р. Поняття дискурсу в сучасному мовознавстві: визначення, структура, типологія. *Studia linguistica*. 2012. Вип. 6(2). С. 285–305.
16. Мосейчук О.М. Публіцистичний дискурс як контекст реалізації комунікативного впливу на масового адресата. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2012. Вип. 65. С. 174–177.
17. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English (9th edition). Oxford, 2015. 1820 p.
18. Longman Dictionary of Contemporary English for Advanced Learners (6th edition). Harlow, Essex, 2014. 2161 p.
19. Oxford Guide to British and American Culture for Learners of English. Oxford, 2005. 576 p.
20. Томахин Г.Д. США: Лингвострановедческий словарь ; 3-е изд., стереотип. Москва, 2001. 576 с.
21. Corpus of Contemporary American English. URL: <https://corpus.byu.edu/coca/>.
22. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова. Москва, 1980. 320 с.
23. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ, 2007. 205 с.
24. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава, 2011. 844 с.
25. King R.S. Cluster analysis and data mining: An introduction. Dulles, VA, 2015. 300 p.

REFERENCES

1. Razumna K.A. (2018). Funktsionalno-stylovyi rozpodil natsionalno-markovanoi leksyky na materiali anhlomovnykh korpusiv [Functional and stylistic distribution of nationally marked vocabulary using the data of the English corpora]. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 6(42)(149), 56–59. [in Ukrainian]
2. Teliia V.N. (1988). Metaforizatsiya i ee rol v sozdanii yazykovoy kartyni mira [Metaphorization and its role in creating the linguistic worldview]. *The Role of Human Factor in Language: Language and Worldview*. 173–204. [in Russian]
3. Hryhorenko T.V. (2010). Etnohrafichna leksyka v movnii kartyni svitu [Ethnographic vocabulary in the linguistic worldview]. *Scientific Journal of M.P. Dragomanov National Pedagogical University: Series 10: Problems of Grammar and Lexicology of the Ukrainian Language*. 6, 186–191. [in Ukrainian]
4. Zhaivoronok V.V. (2002). Problema kontseptualnoi kartyny svitu ta movnoho yii vidobrazhennia [The Problem of the Conceptual Worldview and Its Linguistic Refrction]. *Culture of the Black Sea Region Peoples*. 32, 51–53. [in Ukrainian]
5. Vereschagin Ye.M., & Kostomarov V.G. (1990). Yazyk i kultura: Lingvostranovedenie v prepodavanii russkogo yazyka kak inostrannogo [Language and culture: Linguistic and regional studies in teaching English as a Foreign Language]. (4th edition). Indrik. [in Russian]
6. Vorobiov V.V. (2008). Lingvokulturologiya [Cultural linguistics]. RUDN Publishing House. [in Russian]
7. Wierzbicka A. (1996). Yazyk. Kultura. Poznanie [Language. Culture. Cognition]. Translated from English by M. A. Krongauz. Russkie Sloviri. [in Russian]
8. Vlakhov S., & Florin S. (1980). Neperevodimoe v perevode [Untranslatable in translation]. *Mezhdunarodnie Otnoshenia*. [in Russian]
9. Zorivchak R.P. (1989). Realia I pereklad [Realia and translation]. LNU Publishing House. [in Ukrainian]
10. Oshchepkova V.V. (2004). Yazyk i kultura Velikobritanii, SShA, Kanadyi, Avstralii, Novoy Zelandii [Language and culture of Great Britain, USA, Canada, Australia, New Zealand]. GPOSSA. [in Russian]
11. Newmark P. (1988). A Textbook of Translation. Prentice Hall International.
12. Aixela J.F. (1996). Culture-Specific Items in Translation. In R. Alvarez, & C. A. Vidal (Eds.), *Translation, Power, Subversion. Multilingual matters*.
13. Robinson D. (1997). *Becoming a Translator: An Accelerated Course*. Routledge.
14. Zagnitlo A.P. (2007). Suchasnyi politychnyi hazetnyi dyskurs: rytoryka i syntaksys [Modern political newspaper discourse: rhetoric and syntax]. *Donetsk Visnyk of Shevchenko Scientific Society*. 16, 5–19. [in Ukrainian]

15. Koroliiv I.R. (2012). Poniattia dyskursu v suchasnomu movoznavstvi: vyznachennia, struktura, typolohiia [The notion of discourse in modern linguistics: definition, structure, typology]. *Studia Linguistica*. 6(2), 285–305. [in Ukrainian]
16. Moseichuk O.M. (2012). Publitsystychnyi dyskurs yak kontekst realizatsii komunikatyvnoho vplyvu na masovoho adresata [Journalistic discourse as a context of the communicative impact realization on the mass addressee]. *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal*. 65, 174–177. [in Ukrainian]
17. Hornby, A.S. (2015). *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English (9th Edition)*. Oxford University Press.
18. *Longman Dictionary of Contemporary English for Advanced Learners*. (2014). (6th edition). Pearson Education.
19. *Oxford Guide to British and American Culture for Learners of English*. (2005). Oxford University Press España.
20. Tomakhin G.D. (2001). SShA: Lingvostranovedcheskiy slovar [Dictionary of USA]. (3rd stereotyped edition). *Russkiy Yazyk*. [in Russian]
21. *Corpus of Contemporary American English*. (n.d.). Retrieved November 2022, from <https://corpus.byu.edu/coca/>
22. Vereschagin Ye.M., & Kostomarov V.G. (1980). *Lingvostranovedcheskaya teoriya slova* [Linguistic and cultural theory of the word]. *Russkiy Yazyk*. [in Russian]
23. Batsevych F.S. (2007). *Slovnyk terminiv mizhkulturnoi komunikatsii* [Dictionary of terms of intercultural communication]. *Dovira*. [in Ukrainian]
24. Selivanova O.O. (2011). *Linhvistychna entsyklopediia*. [Linguistic encyclopedia]. *Dovkillia-K*. [in Ukrainian]
25. King R.S. (2015). *Cluster analysis and data mining: An introduction*. Mercury Learning and Information.