

ЕМОТИВНІСТЬ ЕЛЕКТРОННИХ ТЕКСТІВ-ВІДГУКІВ В ПЕРЕКЛАДАХ З АНГЛІЙСЬКОЇ НА УКРАЇНСЬКУ

*А. Ю. Кисленко, студентка;
К. М. Вашист, викладач кафедри іноземних мов
Сумський державний університет,
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна
E-mail: MeRcy-08@yandex.ru ; katelyna_medvid@yahoo.com*

У статті в парадигмі малоформатних комунікативних одиниць розглядаються особливості перекладу текстів-відгуків, що розміщуються в мережі Інтернет. Електронний текст-відгук як якісно новий у своєму форматі, створений на основі первинного тексту, відіграє роль посередника в мовній комунікації і характеризується своєю прагматичною спрямованістю, оціночністю та емотивністю. Електронний текст-відгук – особливий тип вторинного тексту, що характеризується включеністю в гіпертекст, приналежністю до текстів масової комунікації, естетичні принципи якого належать до традиції постмодернізму.

Проводиться аналіз засобів реалізації емоцій в електронних текстах-відгуках та способи їх передачі на фонетико-морфологічному, синтаксичному та лексичному рівнях під час перекладу українською мовою. Наведені приклади електронних текстів-відгуків надають можливість зрозуміти, що українська та англійська мови відрізняються не лише деякими ізольованими параметрами, а й усією сукупністю вербальної та невербальної інформації.

***Ключові слова:** електронний текст-відгук, читач-респонсер, емоції, емотивність, емотив, афектив, конотатив.*

Реклама швидко і щільно увійшла в сучасне життя кожної людини, ставши її невід'ємною частиною. Своє застосування вона знаходить у всіх сферах життєдіяльності, оскільки кожна людина знаходиться в умовах постійного впливу, що здійснюється на неї засобами масової інформації, до яких належить глобальна мережа Інтернет. Характер обміну інформацією між людьми в інформаційній мережі Інтернет визначається тим, що за допомогою системи знаків комуніканти мають змогу здійснити вплив одне на одного. Під час спілкування кожен комуніканти є активним суб'єктом, взаємне інформування їх передбачає налагодження спільної діяльності один з одним. Це означає, що кожен учасник в процесі комунікації передбачає активність партнера.

З появою мережі Інтернет змінилася ситуація у сфері книжкового маркетингу. Усе більше потенційних читачів звертаються до текстів-відгуків, розташованих в мережі Інтернет, перш ніж вирушити до книжкового магазину і придбати ту чи іншу художню книгу. Електронні тексти-відгуки, що виконують комунікативно-посередницьку функцію в соціумі, відіграють все важливішу роль у сфері книгорозповсюдження. Електронний текст-відгук – особливий тип вторинного малоформатного тексту, що характеризується приналежністю до текстів масової комунікації, орієнтований на прагматично сфокусований вплив на адресата.

Опорою під час вивчення електронного тексту-відгуку як тексту особливого типу, що специфічним чином передає структуровану інформацію та реалізує певні прагматичні установки, послугували фундаментальні дослідження в лінгвістиці таких **вчених** як: М. М. Бахтін, Р. Барт, А. А. Залевська, О. Л. Каменська, а також С. О. Прибиткова, С. В. Іонова, Т. І. Ямчинська – науковців, що займалися дослідженням характеристик вторинних малоформатних текстів, до яких належить електронний текст-відгук.

Актуальність цього дослідження полягає в безпосередньому зв'язку проблематики, розглянутої в ньому, з основними тенденціями розвитку антропоцентрично та комунікативно орієнтованої лінгвістики, існуючим інтересом

до процесів мовного впливу, теорії дискурсу, а також відсутністю цілісних досліджень, присвячених електронному тексту-відгуку як самостійному типу тексту. Недостатньо вивченими представляються мовні засоби, а також особливості їх перекладу українською мовою зі збереженням впливу автора електронного тексту-відгуку на адресата та специфіка міжсуб'єктної взаємодії, здійснюваної за допомогою текстів цієї форми.

Методологічною базою цього дослідження є такі методи: описовий, контекстуально-інтерпретаційний, метод контент-аналізу та метод прагматичного аналізу дискурсу.

Мета цієї статті полягає в аналізі способів та засобів передачі емотивності в електронних текстах-відгуках у практиці перекладу з сучасної англійської мови на українську.

Комунікативна суть тексту, на думку А. А. Чувакіна, робить його відкритим назустріч усім учасникам комунікативної діяльності, комунікативній ситуації та в цілому середовищу існування тексту і є основою усієї сукупності його функцій (соціальної, системної, регулятивної, когнітивної, емоційної, референціальної), способом зберігання та передачі інформації, відображення психологічного життя індивіда [1, с. 88]. Комунікативна мета тексту-відгуку – повідомити про емоції та почуття, які викликала прочитана художня книга у читача-респонсера. Читач-респонсер – (англ. *response* – відповідь, реакція на щось [2]), це особа, яка прочитала адресовану їй книгу та під впливом певних емоцій висловлює свої думки про неї.

Читачі-респонсери, які залишають електронні тексти-відгуки, підписуються використовуючи переважно свої справжні імена: *"I think it's time to add a new book to the top ten "end-of-the-world" stories. It's not as good as "The Stand" or even "Swan Song", but it's getting there. Check it out and update your lists. This one is a winner!"* – **Charles Ruble** [1]. Подібні електронні тексти-відгуки викликають більше довіри серед їх читачів, оскільки реальне ім'я свідчить про те, що автор даного відгуку теж є реальним, усі інші – це особи, що надають перевагу нікнеймам, як приклад можна привести автора цього електронного тексту-відгуку *"Non-stop heart racing book. When I finished it, I read it again. Then I went out and bought all of his books that I could find. He is an amazing writer that makes you feel like you are right there, fending off evil, demonic, flesh-eating zombies."* – **hjtiras** [1].

Слід зазначити, що імена та нікнейми авторів електронних текстів-відгуків можуть бути перекладені українською мовою за допомогою транскрипції: **Charles Ruble** [1] – **Чарльз Рабл**, транслітерації: **Kim71321** [2] – **Кім71321**, або ж комбінуючи ці два методи: **daniel porter** [3] – **деніел портер**, у даному прикладі перша частина перекладена за допомогою транскрипції, а друга – транслітерації.

На текстовому рівні читач-респонсер перетворюється на автора-адресанта, діяльність якого починається з прочитання художнього твору і закінчується написанням електронного тексту-відгуку, у кінці якого він залишає підпис у вигляді свого власного імені та прізвища, або ж нікнейма, які можна перекласти українською мовою вищезазначеними шляхами.

Автори, що залишають свої тексти-відгуки в мережі Інтернет не тільки діляться думками щодо прочитаної книги, але й виражають свої емоції. На мовленнєвому рівні емоції екстраполюються в емотивність: емоція – психологічна категорія, емотивність – мовна. Емотивність проявляється на усіх рівнях мови. Емотивне значення є, безсумнівно, найбільш антропоцентричним, що активно вивчається новою галуззю мовознавства – емотіологією. Об'єктами емотіології є мовна категоризація емоцій та полістатусна презентація когнітивно-дискурсивної категорії емотивності. Н. Н. Орлова розглядає емоційність як "обов'язкову властивість людини, якість мовної особистості, що регулює основні процеси смислопородження і формування прагматики висловлювань як інстинктивний, несвідомий, незапланований процес

прояву емоцій", а емотивність – "як свідомий, запланований процес демонстрації емоцій, лінгвістичне вираження емоційності" [3, с. 5].

Під час перекладу емотивність виражається за допомогою експресивних засобів на різних мовних рівнях: фонетико-морфологічному, лексичному, синтаксичному та за допомогою невербального компонента.

Емотивність в електронних текстах-відгуках при перекладі часто передається на фонетико-морфологічному рівні завдяки повторам. Прагматична функція повторів полягає в емпатичному виділенні суб'єктивно значущої інформації [4, с. 90].

Використання повторів в електронних текстах-відгуках пояснюється їх здатністю фокусувати увагу реципієнта на найбільш важливій інформації, надавати тексту виразності, емоційності, динамічності.

Фонетичний ритм, тобто повтор звуків через певні проміжки, сприяє ритмічній організації всього електронного тексту-відгуку і, як наслідок, викликає у психіці людини резонанс, тобто бажання його відтворити, що свідчить про ефективність звукового повтору під час донесення рекламної інформації до адресата [5, с. 67]: *"Hello, I have read many of the author's books. This one was very well written and the story was gripping. I think you will like this book. Thanks."* – John R. Dailey Jr. "jrd02" [4]. Така ритміко-інтонаційна упорядкованість електронного тексту-відгуку подібна до прийомів впливу, а тому підкорює аудиторію; та під час перекладу на українську мову подібний фонетичний ритм важко передати не спотворивши зміст висловленого, хоча не неможливо: *"Привіт, я прочитав чимало праць письменника. Ця подобається понад усі інші, поринув у неї одразу. Прислухайтесь, ви полюбите її. Дякую."* – Джон Р. Дейлі Джейар. "джейарді02".

Багаторазовий повтор літер у рамках одного слова візуально виділяє лексему, збільшуючи її обсяг і, отже, збільшуючи фіксацію уваги: *"The first short story is one of Keene's best (Jack's magic beans). The other stories are not nearly as good and some are approx. 2 or 3 pages long, leaving much to be desired. The glimmers of hope are the "Exit" stories. These have glimmers of hope, but sadly are wауууууууу too short (4 or 5 pages long). Hopefully Keene does what he hints at in the afterward, and writes a full blown novel about this character, that would be awesome!!! "* – W. Reagan [5] – *"Перше коротке оповідання Кіні ("Чарівні боби Джека") є одним із найкращих. Інші – й поруч не стояли, а деякі розміром приблизно всього 2 або 3 сторінки, що залишає бажати кращого. Я все ж плекаю надію на "останні" оповідання, але навіть вони дууууууууже короткі (4 або 5 сторінок). Сподіваюсь, Кіні всеж-таки виконає те, на що згодом натякав і напише повномасштабне оповідання про цього героя, це було б дійсно чудово."* – В. Реган. Повтор літер не тільки візуально подовжує слово, а й акцентує увагу читача на ньому, цей прийом діє як в англійській, так і в українській мовах.

Більш повно емотивність досліджена на лексичному рівні при перекладі за допомогою емотивів. На думку В. І. Шаховського емотив – це мовленнєва одиниця, у семантичній структурі якої є емоційна частка у вигляді семантичної ознаки, семи, семного конкретизатора, значення, завдяки чому ця одиниця адекватно використовується всіма носіями мови для вираження емоційного ставлення, або стану того, хто говорить [6, с. 24]. В основі семантичної структури емотивних одиниць лежить "миттєва загальна емоційна реакція на оточуючу дійсність" [7, с. 19]. З позиції типу емотивної семантики всі емотиви поділяють на афективи – емотиви, значення яких для певних слів є єдиним засобом позначення відображувальної емоції без її називання, і на конотативи, в яких емотивна семантика має статус конотації [6, с. 25]. Афективи позначають вищий ступінь емоційності мовця, а конотативи характеризують більшу осмисленість емоцій. Мотивом вибору тієї чи іншої лексичної одиниці є міра переживання того, хто говорить, його емоційного стану на момент мовлення.

У вигуках зосереджені всі типові риси емоційної лексики: синтаксична факультативність, тобто можливість опущення без порушення фрази, відсутність

синтаксичних зв'язків з іншими частинами речення; семантична іррадація, яка полягає в тому, що наявність хоча б одного емоційного слова надає емоційності всьому висловлюванню. Вигуки, що використовуються в електронних текстах-відгуках, передають різноманітні почуття та переживання, наприклад, радість: *"Great Book. I discovered this series by chance and once I get one of these books I can't stop reading until I am done with it :) Four of my friends got hooked as well based on how much I was talking about this series. I want my royalties LOL!! Keep up the great work and I can't wait to read the next book! Cheers!"* – Carlos Andre M de Lima [6] – *"Чудова Книга. Якось мені випала нагода переглянути цілу серію видань і я натрапив на одну з цих книжок, я не міг зупинитися читати, доки не прочитав її повністю :) Четверо моїх друзів також захопилися нею, коли я безперестанку говорив про цю серію видань. Я хочу свою частку за це ХА-ХА!! Продовжуйте в тому ж дусі, я з нетерпінням чекаю на наступну книгу! Ура!"* – Карлос Андре М де Ліма.

Вигук "LOL" – аббревіатура до виразу "Lots Of Laugh", що українською мовою може перекладатися як: "га-га", "гу-гу", "ха-ха", "хі-хі", "ггг", або, навіть, транслітеруватися "ЛОЛ" і т. д. Оригінальний електронний текст-відгук має не лише вигуки, що безсумнівно роблять його більш емоційним, а ще й графічне зображення ":)" – "смайл", що говорить про чудовий настрій автора електронного тексту-відгуку і його позитивний коментарій. Також відмічена капіталізація в першому реченні "Great Book" для фокусування уваги читача електронного тексту-відгуку на позитивній оцінці роботи автора. Прагматичною метою даного прийому є необхідність подальшого прочитання книги, тому його потрібно відтворити в мові перекладу "Чудова Книга".

Однією зі специфічних рис емотивів є їх особлива референція: вони не співвідносяться безпосередньо, як індикативні слова, з предметами та явищами дійсності. Вони співвідносяться з типізованими емоціями, які викликають ці предмети [6, с. 106]. До основних засобів позначення емоційного стану людини можна віднести прикметники, оскільки вони можуть передавати ставлення мовця, його емоційну оцінку певного об'єкта, у нашому випадку, художньої книги. В електронних текстах-відгуках переважають прикметники, що виражають такі почуття як: задоволення, здивування, захоплення. *"Good author. Took hardcore gore and made an original story. My only complaint with this author...PLEASE make your novels longer:)"* – Leroy T. Altman IV [7] – *"Чудовий автор. Узяв всю силу в кулак і створив оригінальну історію. Єдине нарікання щодо автора...БУДЬ ЛАСКА пишіть довші романи:)"* – Лерой Т. Альтман IV. Автору електронного тексту-відгуку імпонує творчість даного письменника, а тому і книга йому подобається.

У мові емотивна лексика не існує ізольовано, а наповнює синтаксичні конструкції. Оскільки емоційний вплив у мовленні набирає форми не лише лексичних, а й синтаксичних засобів мови, то синтаксичний рівень має великий потенціал для вираження емоційних відтінків. Синтаксичні або стилістичні фігури збільшують емоційність висловлювання за рахунок незвичайної синтаксичної будови: різні типи повторів, інверсія, еліпсис, зіставлення протилежностей, риторичні питання тощо [8, с. 38].

Автори електронних текстів-відгуків часто використовують еліптичні конструкції, що підкреслюють високий рівень експресивності емоції. Еліпсис – навмисне опущення несуттєвих частин речення без викривлення його змісту, використовується для підсилення змісту та ефекту. Еліптичні конструкції досить часто зустрічаються і в українській мові, особливо в діалогах. У свою чергу електронні тексти-відгуки також можна назвати діалогічними, оскільки кожний автор може вступити в бесіду з іншими коментаторами, які так само залишають свої тексти-відгуки в мережі Інтернет. Таким чином може утворитися бесіда, головна мета якої – дати оцінку художній книзі та висловити свої емоції.

"Ø Ø Excellent. Ø Ø Very well written. This guy's imagination and detail just amazed me. I'd love to see a movie with this story." – Jose Pujol [8] – *"Ø Ø Відмінно. Ø Ø Дуже*

добре написано. Уява цього хлопця і деталі просто вразили мене. Я б хотів подивитися фільм за сюжетом цієї книги." – Джозе Пуїоль.

"Wow! Ø Ø Creepy and scary, all the more so because it could really happen!!... " – Penny [9] – "Ого! Ø Ø Моторошно і страшно, тим більше, що це дійсно могло статися!!..." – Пенні. У цьому випадку спостерігається еліпсис підмета та дієслова-зв'язки складного іменного присудка.

"Ø Ø My favorite type of weirdness fiction... Ø takes its reader effortlessly from the completely believable to the absolutely bizarre. Ø Good to the very last word!" – Eric [10] – "Ø Ø Мій улюблений вид таємничої фантастики... Ø легко переносить читача від повністю правдоподібного до абсолютно дивного. Ø Ø Чудова до останнього слова." – Ерік. Автор цього електронного тексту-відгуку одночасно вжив еліпсис підмета та допоміжного дієслова "it is" у першому та третьому реченні, а також еліпсис підмета "it" – у другому. Але часто зустрічається еліпсис лише підмета, який також опускається під час перекладу, наприклад: "Ø Could not put it down. Ø did not see the ending twist coming! Ø Would recommend this book to any reader!.." – anne [11] – "Ø Не могла відірватися від неї. Ø не помітила як настав останній поворот подій! Ø Порекорендувала б цю книгу будь-якому читачу!.." – енні. Еліпсис допомагає зробити текст більш стислим, яскравим та привабливим для читача, тому не слід нехтувати подібним прийомом під час перекладу електронних текстів-відгуків.

Щоб привернути увагу читача, або підкреслити певні деталі у тексті, автори часто обирають графічні замітники, що роблять їхні електронні відгуки більш яскравими та виділяють їх з-поміж інших: "I don't really read this type of genre of books, but I bought it on a whim from a recommendation of a friend on the title. It was funny and opened my world to different types of books. I wish it was longer :(just as it was getting good it ended. Oh well maybe I will read more of these types." – REDJ [12] – "Насправді я не читаю подібні жанри, але я купив цю книгу по бажанню за рекомендацією друга щодо її назви. Вона виявилася кумедною і відкрила мені двері до світу інших видів книжок. Мені б хотілось щоб розповідь була довшою :(тільки вона почала набирати оберти як вже й закінчилася. Ну добре, може я ще щось з цього прочитаю." – РЕДІДЖЕЙ. Графічні зображення – "смайли" емоційно забарвлюють текст, а також приваблюють увагу читача.

"This is truly a story of finding your true self deep down inside and finding out if you can honestly live life with that true self. The characters in this story go through many changes in a short time to adapt to their situation but in the end is it all worth it? Take the time to read. AAA+++" – The Big G. Spot [13] – "Це дійсно історія про те як ти знаходиш себе справжнього, дістаючи з глибини душі і дізнаєшся, чи можееш ти жити з собою новим. Головні герої зазнають чималих змін за короткий час щоб пристосуватися до їх ситуації, але все ж вкінці, чи варто воно того? Виділь час і почитайте. AAA+++" – Зе Біг Джи Спот. Автор використовує графічний замітник "AAA+++" – "відмінно", оцінюючи твір, тим самим даючи йому вищу відзнаку. Графічні символи передають емоційний стан читача, роблячи електронний текст-відгук незвичайним, привабливим.

Висновки. Електронний текст-відгук – особливий тип вторинного малоформатного тексту, характерними рисами якого є включеність у гіпертекст і приналежність до текстів масової комунікації, естетичні принципи якого належать до постмодерністської традиції.

У результаті перекладу електронний текст-відгук є прагматично обумовленою одиницею комунікації, яка, з точки зору змісту, є завершеним системним утворенням і призначена сприяти орієнтації реципієнта в потоці інформації, а також підготовці реципієнта до сприйняття первинного тексту. В процесі комунікації за допомогою електронного тексту-відгуку здійснюється психологічний вплив одного комуніканта на іншого з метою регулювання його поведінки.

На рівні з оригінальним електронним текстом-відгуком, україномовний варіант повинен факультативно супроводжувати художній текст як первинне конструювання із притаманною йому прагматичною спрямованістю, оскільки електронні тексти-відгуки не стільки повідомляють читачеві про сюжетні події художнього твору, скільки оцінюють цей текст, спонукаючи читача до певної дії.

EMOTIVENESS OF INTERNET TEXT-REVIEWS IN TRANSLATION FROM ENGLISH INTO UKRAINIAN

*Anna Kyslenko, student;
Kateryna Vashyst, educator*

*Sumy State University,
2, Rymskogo-Korsakova St., 40007, Sumy, Ukraine
E-mail: kateryna_medvid@yahoo.com ; MeRcy-08@yandex.ru*

The paper deals with translation peculiarities of text-reviews, located in the Internet. Text-review as a qualitatively new text, created on the basis of the source text, is the mediator in verbal communication and is characterized by its pragmatic intention, evaluativity and emotiveness. Electronic text-review is a special type of secondary text, which is included into hypertext and belongs to texts of mass communication, aesthetic principles of which belong to the tradition of postmodernism. The ways of conveying emotiveness at phonetic-morphological, lexical, syntactic levels while translating English text-reviews into Ukrainian language have been analyzed. Given examples of Internet text-reviews show that Ukrainian and English languages are different by not only isolated, peculiar parameters, but by the complex of verbal and nonverbal information.

Key words: electronic text-review, reader-responder, emotions, emotiveness, emotives, affectives, connotatives.

ЭМОТИВНОСТЬ ЭЛЕКТРОННЫХ ТЕКСТОВ-ОТЗЫВОВ В ПЕРЕВОДАХ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА УКРАИНСКИЙ

*А. Ю. Кисленко, студентка;
Е. Н. Вашист, преподаватель кафедры иностранных языков*

*Сумский государственный университет,
ул. Римского-Корсакова, 2, г. Сумы, 40007, Украина
E-mail: kateryna_medvid@yahoo.com ; MeRcy-08@yandex.ru*

В статье в парадигме малоформатных коммуникативных единиц рассматриваются особенности перевода текстов-отзывов в сети Интернет. Электронный текст-отзыв как качественно новый в своем формате, созданный на основе исходного текста, играет роль посредника в языковой коммуникации и характеризуется своей прагматичной направленностью, оценочностью и эмотивностью. Электронный текст-отзыв – особый тип вторичного текста, который характеризуется включенностью в гипертекст, принадлежностью к текстам массовой коммуникации, эстетические принципы которого относятся к традиции постмодернизма.

Проводится анализ средств реализации эмоций в электронных текстах-отзывах и способы их передачи на фонетико-морфологическом, лексическом и синтаксическом уровнях при переводе на украинский язык. Приведенные примеры электронных текстов-отзывов дают возможность понять, что украинский и английский языки отличаются не только некоторыми изолированными параметрами, но и всей совокупностью вербальной и невербальной информации.

Ключевые слова: электронный текст-отзыв, читатель-респонсер, эмоции, эмотивность, эмотив, аффектив, коннотатив.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чувакин А. А. Смешанная коммуникация в художественном тексте: Основы эвокационного исследования / А. А. Чувакин. – Барнаул : Изд-во Алтайского гос. ун-та, 1995. – 126 с.
2. Merriam-Webster, An Encyclopedia Britannica Company. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/responce>.
3. Орлова Н. Н. Языковые средства выражения эмоций: синтаксический аспект (на материале современной английской прозы) : автореф. дис. канд. филол. наук : спец. 10.02.19 "Теория языка", 10.02.04 "Германские языки" / Н. Н. Орлова. – Ростов-на-Дону, 2009. – 25 с.
4. Селяев А. В. Сопоставительный анализ лингвистических средств выражения положительных и отрицательных эмоций в британском и американском вариантах английского языка : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.04 / А. В. Селяев. – Н. Новгород, 1995. – 211 с.
5. Крутько Т. В. Англомовна реклама у віртуальному просторі : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.04 / Т. В. Крутько. – Рівне, 2006. – 218 с.

6. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В. И. Шаховский. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. – 192 с.
7. Парсиева Л. К. Система междометий в общей парадигме языка (на материале осетинского и русского языков) : автореф. дис. д-ра филол. наук : спец. 10.02.20 "Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание" / Л. К. Парсиева. – Владикавказ, 2010. – 42 с.
8. Нушикян Э. А. Типология интонации эмоциональной речи / Э. А. Нушикян. – Киев–Одесса : Вища школа, 1986. – 160 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Customer Reviews: The Rising: Author's Preferred Edition. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/The-Rising-Authors-Preferred-Edition/product-reviews/1621050920/ref=cm_cr_pr_btm_link_7?ie=UTF8&pageNumber=7&showViewpoints=0&sortBy=byRankDescending.
2. Customer Reviews: Mutated (Dead World). [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/Mutated-Dead-World-Joe-McKinney/product-reviews/0786029293/ref=cm_cr_pr_btm_link_2?ie=UTF8&pageNumber=2&showViewpoints=0&sortBy=byRankDescending.
3. Customer Reviews: Bad Games: A Novel (A Dark Psychological Thriller). [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/Bad-Games-Novel-Psychological-Thriller/product-reviews/0988843307/ref=cm_cr_pr_btm_link_3?ie=UTF8&pageNumber=3&showViewpoints=0&sortBy=byRankDescending.
4. Customer Reviews: Dark Hollow. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/Dark-Hollow-Brian-Keene/product-reviews/1621050300/ref=cm_cr_pr_btm_link_4?ie=UTF8&pageNumber=4&showViewpoints=0&sortBy=byRankDescending.
5. Customer Reviews: Jack's Magic Beans. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/Jacks-Magic-Beans-Brian-Keene/product-reviews/1936383454/ref=cm_cr_pr_btm_link_2?ie=UTF8&pageNumber=2&showViewpoints=0&sortBy=byRankDescending.
6. Customer Reviews: Ex-Communication: A Novel. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/Ex-Communication-A-Novel-Peter-Clines/product-reviews/0385346824/ref=cm_cr_pr_btm_link_3?ie=UTF8&pageNumber=3&showViewpoints=0&sortBy=byRankDescending.
7. Customer Reviews: Apehit. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/Apehit-Carlton-Mellick-III/product-reviews/1621050416/ref=cm_cr_dp_see_all_summary?ie=UTF8&showViewpoints=1&sortBy=byRankDescending.
8. Customer Reviews: Pines (The Wayward Pines Series, Book One). [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/Pines-The-Wayward-Series/product-reviews/1612183956/ref=cm_cr_pr_btm_link_3?ie=UTF8&pageNumber=3&showViewpoints=0&sortBy=byRankDescending.
9. Customer Reviews: Bad Games: A Novel (A Dark Psychological Thriller). [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/Bad-Games-Novel-Psychological-Thriller/product-reviews/0988843307/ref=cm_cr_pr_btm_link_4?ie=UTF8&pageNumber=4&showViewpoints=0&sortBy=byRankDescending.
10. Customer Reviews: Pines (The Wayward Pines Series, Book One). [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/Pines-The-Wayward-Series/product-reviews/1612183956/ref=cm_cr_pr_btm_link_2?ie=UTF8&pageNumber=2&showViewpoints=0&sortBy=byRankDescending.
11. Customer Reviews: [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/Pines-The-Wayward-Series/product-reviews/1612183956/ref=cm_cr_pr_btm_link_7?ie=UTF8&pageNumber=7&showViewpoints=0&sortBy=byRankDescending.
12. Customer Reviews: The Haunted Vagina. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/The-Haunted-Vagina-Carlton-Mellick/product-reviews/097624988X/ref=cm_cr_pr_btm_link_3?ie=UTF8&sortBy=byRankDescending.
13. Customer Reviews: The Menstruating Mall. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.amazon.com/The-Menstruating-Mall/product-reviews/097624988X/ref=cm_cr_pr_btm_link_3?ie=UTF8&sortBy=byRankDescending.

LIST OF REFERENCES

1. Chuvakin A. A. *Mixed communication in artistic discourse : The basics of emotional study*, Barnaul : Publishing House of Altai State University, 1995, 126 p.
2. Merriam-Webster, An Encyclopedia Britannica Company. [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/response>.
3. Orlova N. N. Verbal means of emotions expression: syntactical aspect (on the material of modern English prose) : dis. abstract in candidacy for a degree of cand. of philol. sciences : 10.02.19 "Language theory", 10.02.04 "Germanic

- languages", Rostov-on-Don, 2009, 25 p.
4. Selyaev A. V. Contrastive analysis of linguistic means of positive and negative emotions expression in British and American language variants : dis. of cand. of philol. sciences : 10.02.04, N. Novgorod, 1995, 211 p.
 5. Krutko T. V. English advertisement in the virtual space : dis. of candidate of philological sciences : 10.02.04. – Rivne, 2006, 218 p.
 6. Shakhovsky V. I. Categorization of emotions in lexical-semantic language system. Voronezh : Publishing House of Voronezh University, 1987, 192 p.
 7. Parsieva L. K. The system of interjections in general lingual paradigm (on the material of Ossetian and Russian languages) dis. abstract in candidacy for a degree of doc. of philol. sciences : 10.02.20 "Comparative-historical, typological and contrastive linguistics" / L. K. Parsieva. – Vladikavkaz, 2010. – 42 p.
 8. Nushykyan E. A. Typology of intonation of emotional speech / E. A. Nushykyan. – Kiev–Odessa : Higher school, 1986. – 160 p.

Надійшла до редакції 15 квітня 2015 р.