

81'42:[070 : [654.19 + 004.738.5]

РОТОН Наталія

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ
ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Стаття присвячена дослідженню особливостей текстів ЗМІ, мови ЗМІ та визначенню основних структурно-функціональних особливостей текстів ЗМІ, а саме: інформаційної, впливової, інтерпретаційної функцій. Особлива увага приділяється експліцитній та імпліцитній оцінкам, структурі, мовним засобам вираження: лексичним, граматико-категоріальним і виразно-стилістичним. Розглянуто основні категорії новин такі як Короткий Зміст та Основний Зміст, семантика та прагматика заголовків та лідів зокрема.

Ключові слова: тексти ЗМІ; мова ЗМІ; структурно-функціональні особливості; композиційно-структурні особливості; категорії новин.

Вступ. Тексти засобів масової інформації (ЗМІ) все частіше служать основою для опису сучасного стану мови, так як в них швидше, ніж де б то не було, знаходять відображення і фіксуються численні зміни мовної дійсності, всі ті процеси, які виявляються характерними для сучасного вживання мови. Дійсно, якщо тексти художньої літератури — це свого роду «високе мистецтво», мальовничий спосіб відображення дійсності, то тексти масової інформації, миттєво закарбовуючі будь-яку подію, будь-який рух життя, — це спосіб фотографічний.

«Загальну закономірність в епоху тотальної інформатизації суспільства становить існування особливої мови ЗМІ. Акумуляуючи мовну, соціальну та культурно-історичну пам'ять конкретних мов, вона використовується для виробництва текстів масової комунікації, які набувають міжнародний характер» [3, с. 268].

Аналіз досліджень і публікацій. Величезна увага проблематиці особливостей функціонування мови у сфері масової комунікації приділяли такі відомі вчені, як Теун Ван Дейк, Мартін Монтгомері, Алан Белл, Норман Фейерклаф, Роберт Фаулер. Газетні тексти та їх функціонально-стилістичні особливості докладно розглядаються в роботах В. С. Ващенко, С. Я. Єрмоленко, А. І. Мамалиги, С. М. Марича, М. М. Пилинського, О. Д. Пономарьова. Окремі аспекти зазначеної проблеми порушено в наукових розвідках таких учених, як О. А. Сербенської, Л. І. Конюхової, Т. А. Коць та ін. У той же час, незважаючи на важливість і актуальність цих досліджень структурно-функціональні особливості текстів ЗМІ не отримали достатнього наукового висвітлення.

Постановка проблеми. Метою нашої статті є дослідити основні структурно-функціональні особливості текстів ЗМІ. Відповідно до

мети нами визначено основні завдання: дослідити особливості текстів ЗМІ, мови ЗМІ зокрема та визначити основні структурно-функціональні особливості текстів ЗМІ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття текст стосовно сфери ЗМІ може означати публікацію в пресі, теле- і радіопередачу, повідомлення, в комп'ютерній мережі. Спочатку журналістика була пов'язана з письмовим текстом, який носить головним чином вербальний характер. Сьогодні тексти ЗМІ ускладнилися: ми стикаємося з макротекстом, який містить вербальні, акустичні і візуальні повідомлення. У ЗМІ повернувся усний текст, який колись був винятковою притаманною риторичі. Фотографії розглядають як оповідання в зорових образах. В Інтернеті з'явився особливий текст, для якого характерна гіпертекстуальність, а саме «м'який» текст комп'ютера, постійно готовий до трансформації. Алан Белл в книзі «Approaches to Media Discourse» пише: «Визначення тексту ЗМІ виходить за рамки традиційного погляду на текст як на послідовність слів, надрукованих або написаних на папері. Поняття тексту ЗМІ набагато ширше: воно включає голосові якості, музику і звукові ефекти, візуальні образи, медіатексти фактично відображають технології, використовувани для їх виробництва та розповсюдження» [4, с. 3]. Соціальний зміст текстів обумовлений актуальністю і новизною, відповідністю запитам аудиторії, глибиною аналізу соціальної дійсності, випереджуючою постановкою суспільно значущих проблем, наявністю ідеалів і соціально-політичних орієнтирів, досконалістю форми подачі матеріалу.

Виокремлена особлива мова ЗМІ як знакова система змішаного типу, якій притаманні певні риси. Мова ЗМІ — це: весь корпус текстів,

вироблених і поширюваних засобами масової інформації; стійка внутрішньомовна система, що характеризується певним набором мовно-стилістичних властивостей і ознак; особлива знакова система змішаного типу з певним співвідношенням вербальних і аудіовізуальних компонентів, специфічним для кожного з засобів масової інформації: преси, радіо, телебачення, Інтернету [2, с. 19–20].

Специфіка мови преси полягає у взаємодії вербальних та графічних компонентів. Тип і розмір шрифту, наявність ілюстрацій, використання кольору, якість паперу, розташування матеріалів на смужі — все це щільно поєднується зі словесним рядом, утворюючи єдине ціле — синкретичну мову преси. Головною особливістю мови радіо є поєднання словесного і звукового ряду. Використання широкого спектру можливостей аудіоряду музики, шумових ефектів, фонетичних і паратембральних властивостей мовлення (інтонація, темп, впізнавані акценти, індивідуальні голосові якості) робить мову радіо потужним засобом впливу на масову аудиторію. Мова телебачення є ще більш досконалою системою кодифікованого впливу, оскільки до рівнів вербального й звукового додається рівень візуальний, а саме рухоме кольорове зображення. Тому телебачення вважається найефективнішим у плані впливу на суспільну свідомість засобом масової інформації.

Для детального опису того чи іншого тексту ЗМІ виділено систему параметрів, а саме: спосіб виробництва тексту (авторський, колегіальний); форма створення (усна — писемна); форма відтворення (усна — писемна); канал розповсюдження (преса, радіо, телебачення, Інтернет); функціонально-жанровий тип тексту (новини, коментар, публіцистика (features), реклама); тематична домінанта; жанри текстів в залежності від їх композиційно-структурних особливостей (оперативно-новинні, оперативно-дослідні, дослідницько-новинні, дослідницькі, дослідницько-образні).

Тексти ЗМІ збираються із заданого лексико-синтаксичного матеріалу в готові стійкі форми. Зміст таких текстів змінюється щодня, але дуже повільно змінюється їх форма. Читач, глядач, слухач знає заздалегідь, за допомогою яких мовних засобів йому повідомлять про майбутні вибори, зустрічі на вищому рівні або етнічні конфлікти завтра.

Ядро *оперативно-новинних текстів* — новина, тобто повідомлення, що містить інформацію, раніше невідому аудиторії. Сутність

будь-якої новини утворює факт — щось, що мало місце в часі і просторі. Факт інваріантний, а виклад, інтерпретація його варіативні. Сприйняття факту залежить від характеру подачі повідомлення і від рівня аудиторії, від її інтересів (соціальних, етичних, вікових, професійних). Найважливіші вимоги до інформаційного повідомлення: оперативність, релевантність, зрозумілість для аудиторії суті повідомлення, стислість інформації.

В *оперативно-дослідних текстах* при загальному збереженні інтересу до новини на перший план виступає не оперативне значення інформації, а її тлумачення. Аналіз у звіті, інтерв'ю та репортажі природно виникає як підсумок відтвореної події або його коментування. Разом із завіткою звіт, репортаж та інтерв'ю дозволяють створити рухому панораму дійсності, передати відчуття динаміки життя.

Дослідницько-новинні тексти об'єднують актуалізація проблеми, тобто прагнення журналіста зберегти новинне ядро переданої інформації, а з іншого — проблему проаналізувати, дати оцінку описуваним фактам. Акцент переноситься з новизни на актуальність, з викладу факту на його інтерпретацію, коментар.

В *дослідницьких текстах* узагальнення носить більш широкий характер. Тут дається всебічний аналіз явищ, процесів і проблем. Спираючись на факти соціального буття, журналіст розглядає закономірності еволюції дійсності в різних її проявах — політичних, економічних, моральних, культурологічних і т.д. При цьому факт кладеться в основу дослідження. Як правило, у статті автор оперує групами фактів, що створюють певну соціальну ситуацію, тобто коло проблем, об'єднаних єдиним процесом.

В *дослідницько-образних текстах* досліджуються закономірності соціально-морального буття людини і розвитку суспільних процесів, а також конкретні ситуації реальної дійсності. Предметом дослідження виступає людина і проблема, тобто конкретна життєва ситуація, що вимагає свого вирішення.

Головними функціями як традиційних ЗМІ, так і мережевих новин, визнаються інформаційна (інформативна), впливова (перетворююча), інтерпретаційна (ідеологічна). Зміст зазначених функцій ЗМІ змінюється у зв'язку зі специфічними характеристиками мережевих новин, такими як гіпертекстуальність (взаємопов'язаність), мультимедійність, інтерактивність, оперативність, вимірність, персональний підхід.

Інформаційна функція полягає в інформуванні адресата про поточні події, а також у формуванні порядку денного і фокусуванні уваги громадськості. Для мережових новин характерно: по-перше, наявність величезної кількості ресурсів, серед яких кожен користувач може вибрати той, який вважатиме за потрібне; по-друге — швидке оновлення контенту в режимі реального часу, по-третє, неодноразово (асинхронно) отримання інформації користувачами. Впливова функція мережових новин проявляється через відбір інформації, коментування, розташування в певній послідовності.

В мережових новинах можуть бути присутні як інформаційні жанри (NewsStories, FeatureArticles), так і аналітичні (Opinion&Editorials). Як показує аналіз фактичного матеріалу, тексти NewsStories крім інформативної функції виконують і впливову функцію, що в цьому аспекті наближає їх до аналітичних жанрів масово-інформаційного дискурсу.

Розглянемо аксіологічну оцінку, пов'язану з поняттям цінності, тобто з визначенням місця будь-якого явища, події або відносини на шкалі між полюсами «добре-погано», «цінність-антицінність». Оцінка взагалі і аксіологічна оцінка зокрема характеризується особливою структурою, всередині якої можна виділити ряд обов'язкових (базових) і ряд периферійних (факультативних) елементів. Загальновизнаним фактом є наявність в структурі оцінки таких базових складових як суб'єкт, об'єкт, підстава, оцінний стереотип і шкала оцінок.

Під суб'єктом оцінки розуміється особа, що приписує цінність деякому об'єкту шляхом висловлення певної оцінки; під об'єктом оцінки — особа, предмет, подія або стан речей яких стосується оцінка. Підстава оцінки — це те, з точки зору чого відбувається оцінювання в даному соціумі.

Оцінність, емотивність і модальність є взаємопов'язаними, але різноплановими аспектами семантики. Мовне втілення цієї семантики супроводжується ескпресивністю різного ступеня інтенсифікації (від нульової до високої). Враховуючи роботу свідомості виділяється раціональна й емотивна види аксіологічної оцінки. Залежно від характеру подання в мові оцінка поділяється на експліцитну і імпліцитну.

Аксіологічна оцінка виражається за допомогою лексичних, граматико-категоріальних і виразно-стилістичних мовних засобів. До лексичних і граматико-категоріальних засобів вираження оцінки відносяться номінативні

текстові одиниці з експліцитним і імпліцитним оцінним значенням і різні граматичні норми. Виразно-стилістичні прийоми підрозділяються на тропеїчні (метафора, порівняння, евфемізми, іронія) і аранжувальні (повтор, паралельні конструкції, антитеза, парцеляція, порядок слів). За допомогою експліцитної або імпліцитної оцінки може здійснюватися як раціональний, так і емоційний вплив.

Оцінка визначається в лінгвістичних роботах як соціально усталене і закріплене в семантиці мовних одиниць позитивне або негативне, експліцитне або імпліцитне відношення суб'єкта (особи, осіб, колективу) до об'єктів дійсності, як компонент, який можна виділити в складній взаємодії суб'єкта оцінки та її об'єкта [1, с. 18]. В тексті мережових новин вона є одним з основних засобів мовного впливу в зв'язку з тим що саме вона здатна регулювати поведінку як одержувача, так і відправника повідомлення. Потенційний впливовий ефект експліцитної або імпліцитної оцінки задається комунікативним наміром відправника повідомлення. Імпліцитна оцінка носить завуальований характер і не наві'язується адресату як щось дане на відміну від експліцитного вираження авторської оцінки, яка може бути і не прийнята реципієнтом, викликаючи відторгнення.

До лексичних засобів вираження оцінки в тексті мережових новин відносяться лексичні одиниці з експліцитно і імпліцитно-оцінним значенням. Серед особливостей вираження оцінки за допомогою лексичних засобів слід виділити тенденцію до різнополярних найменувань. Так, в залежності від спрямованості оцінки за параметром «об'єкт — суб'єкт», одні і ті ж референти дійсності, наприклад, особи, учасники (сторони) військових конфліктів і різних військових операцій, можуть позначатися по-різному.

Тексти як друкованих новин, так і мережових новин включають такі основні категорії, як Короткий Зміст та Основний Зміст. Короткий Зміст складається з Заголовка та Ліда (від англ. lead) або Вводки, Основний Зміст з Головної події, Фону і Коментаря (за термінологією Т. Ван Дейка).

Заголовки спрямовані на інформування читачів про зміст подальшого повідомлення і, крім того, просто на пригортання їх уваги. Відповідно, заголовки поділяються на заголовки що просто інформують, *напр. Xi Jinping declares 'new era' for China (BBCnews, 18.10.17)*, а також оціночні заголовки, *напр. China's Xi lays out*

vision for 'new era' led by still stronger Communist Party (Reuters, 18.10.17).

За структурою виділяються прості заголовки, наприклад. *Kentucky city removes two Confederate statues (Reuters, 18.10.17)* і комплекси, наприклад. *Trump tax plan hits bump in Senate as Rand Paul weighs 'no' vote (Reuters, 16.10.17)*.

З семантичної точки зору заголовки під-розділяються на заголовки-повідомлення, наприклад. *Somali president blames al-Shabab for deadliest blast (Aljazeera, 18.10.17)*, заголовки-затвердження, наприклад. *Spain makes clear threat on Catalan rule (BBC news, 18.10.17)*, заголовки-цитування, наприклад. *Xi Jinping declares 'new era' for China (BBC news, 18.10.17)*, заголовки-інтерпретації, наприклад. *Senior Kenyan electoral official resigns ahead of poll (Aljazeera, 17.10.17)*, заголовки-оцінки, наприклад. *Muslim women primary target of UK hate crime (Aljazeera, 15.10.17)*.

За тематичним критерієм в залежності від ступеня повноти відображення заголовком теми виділяються заголовки повної тематизації, наприклад. *Trump denies making soldier's widow cry (BBC news, 18.10.17)*, заголовки часткової тематизації (співвідноситься з певною новиною в тексті), наприклад. *How China guards the Xi creation myth (BBC news, 18.11.15)* і заголовки комбінованої тематизації, наприклад. *Communist Party congress: How China picks its leaders (BBC news, 17.10.17)*.

Заголовки пов'язані з Лідом (Вводкой), які можуть бути імпресивними, що характеризуються різноманітністю структурного типу інформації, наявністю оцінних одиниць, вкрапленнями чужої мови, й не імпресивними, що відрізняються переважанням одиниць фактальної рубрики інформації. Таким чином, Заголовки і Ліди не стільки інформують, скільки інтригують і пробуджують інтерес читача.

В порівнянні з друкованими новинами Тема та Лід в мережевих новинах відрізняються більш інтенсивним комунікативним навантаженням внаслідок гіпертекстового (нелінійного) представлення інформації. Початкова сторінка новинного інтернет-ресурсу традиційно є тільки переліком заголовків всіх статей і лідів при наведенні курсору на заголовок тієї чи іншої статті.

Як нами зазначалось вище, основна частина тексту мережевих новин включає такі підкатегорії як Головна подія, Фон і Коментар. Згідно змісту новинні повідомлення поділяються на «hard news — soft news» («тверді — м'які» новинні повідомлення), «local news — foreign news» (події у країні та за кордоном),

а також на стійкі тематичні блоки типу політика, бізнес, розваги, спорт, технологія, наука, здоров'я, подорожі.

Повідомлення «hard news» мають тверду фактологічну основу і відповідають на питання «що», «де», «коли», повідомлення «soft news» ґрунтуються на факторі людського інтересу та орієнтовані на те, щоб викликати співчуття, здивування, захоплення. Повідомлення типу «hard news» зазвичай складають основу будь-якого новинного тексту, а повідомлення типу «soft news» доповнюють факти зверненням до загальнолюдських цінностей і емоцій. Повідомлення «hard news» характеризуються чіткою регламентованою структурою, офіційною стилізацією, наявністю великого числа цитат і посилань. Повідомлення «soft news» мають менш регламентовану структуру, розмовну стилізацію, менше число цитат і посилань.

Тип «local news — foreign news» стосується повідомленнями в країні і за кордоном. Реалізація даної категорії в різних національних ЗМІ культуроспецифічна, оскільки відображає особливості національного світосприйняття.

Висновки. Проведене дослідження дозволило зробити наступні висновки.

Поняття *текст* стосовно до журналістики може позначати публікацію в пресі, теле- і радіопередачах, повідомлення в комп'ютерній мережі. Тексти ЗМІ — це окремі тексти (твори) та їх сукупність (газета, телепрограма і т.д.). Соціальний зміст текстів обумовлений актуальністю і новизною, відповідністю запитам аудиторії, глибиною аналізу соціальної дійсності, випереджуючою постановкою суспільно значущих проблем, наявністю ідеалів і соціально-політичних орієнтирів, досконалістю форми подачі матеріалу. Тексти ЗМІ є джерелом інформації про природну та соціальну реальність, дають уявлення про політичні, економічні та соціокультурні процеси, служать основою для опису сучасного стану мови. В текстах ЗМІ відображаються і фіксуються численні зміни мовної дійсності, всі процеси, характерні для сучасного вживання мови.

Спочатку журналістика була пов'язана з письмовим текстом, який носить головним чином вербальний характер. Тексти сучасної журналістики ускладнилися: вони не тільки передають вербальну інформацію. Сьогодні ми стикаємося з макротекстом, який містить вербальні, акустичні і візуальні повідомлення. У ЗМІ повернувся усний текст, який колись був винятковою притаманною риторичі.

Фотографії розглядають як оповідання в зорових образах. Гіпертекст або «м'який» текст комп'ютера, постійно готовий до трансформації.

Тексти ЗМІ виконують як інформаційну, так і впливову функцію. Різні види і типи оцінки спрямовані на створення раціонального або емоційного впливу, на формування певного ставлення до тих чи інших реалій суспільно-політичного життя. Впливова функція проявляється найбільш яскраво через оперативність надання інформації, інтерактивність мережевих новин і мультимедійності та гіпертекстуальності способу представлення інформації. Гіпертекстуальність мережевих новин значно впливає на їх структурно-композиційні особливості, а саме: заголовки і ліди більшою мірою орієнтовані на досягнення прагматичного ефекту — привернення уваги користувачів — внаслідок їх відокремленого розташування від

основного тексту і великої кількості заголовків-гіперпосилань на одній сторінці. Оціночність є однією з характерних властивостей текстів ЗМІ, що полягає не тільки в інформуванні адресата про події навколишньої дійсності, а й у впливі на його емоції, почуття і створенні позитивного чи негативного ставлення до інформації що повідомляється.

Нами проведена розвідка особливостей текстів ЗМІ, мови ЗМІ зокрема та визначення основних структурно-функціональних особливостей текстів ЗМІ. Проведене дослідження, звісно, не вичерпує всіх аспектів окресленої проблеми. Подальшого розгляду потребують проблеми національнокультурної специфіки тексту, послідовний опис його з точки зору взаємодії культур, який проявляється на всіх структурних рівнях — мови, формату, змісту текстів ЗМІ.

Список використаної літератури.

1. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. / Е. М. Вольф. — М.: Эдиториал УРСС, 2002. — Изд. 2-е, доп. — 280 с.

2. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) / Татьяна Георгиевна Доб-

росклонская. — М.: Флинта: Наука, 2008. — 264 с.

3. Солганик Г. Я. О языке и стиле газеты // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / Под ред. Володиной М. Н. — М.: Изд-во МГУ, 2003. — С.261–268.

4. Bell A. The Language of News Media / Allan Bell. — Oxford : Blackwell, 1991. — 277 p.

Н. РОТОН

СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Статья посвящена исследованию особенностей текстов СМИ, языка СМИ и определению основных структурно-функциональных особенностей текстов СМИ, а именно: информационной, влиятельной, интерпретационной функциям. Особое внимание уделяется эксплицитной и имплицитной оценкам, структуре, языковым средствам выражения: лексическим, грамматико-категориальным и выразительно-стилистическим. Рассмотрены основные категории новостей, а именно: Краткое Содержание и Основное Содержание, семантика и прагматика заголовков и лидов в частности.

Ключевые слова: тексты СМИ; язык СМИ; структурно-функциональные особенности; композиционно-структурные особенности; категории новостей.

N. RHOTON

STRUCTURAL-FUNCTIONAL FEATURES OF MEDIA MASS MEDIA TEXTS

The article is devoted to the study of the peculiarities of the mass media texts, the language of the mass

media and the definition of the main structural and functional peculiarities of the mass media texts, namely: informational, influential, interpretive functions. Particular attention is paid to explicit and implicit evaluations, structure, and linguistic means of expression: lexical, grammatical and stylistic. The main categories of news are considered, namely: Brief Content and Main Content, semantics and pragmatics of Headlines and Leads in particular.

Keywords: texts of mass media; language of mass media; structural and functional features; compositional-structuring features; news categories.

N. RHOTON

STRUCTURAL AND FUNCTIONAL FEATURES OF MASS MEDIA TEXTS

Mass Media Texts (we distinguish them from media texts) are separate texts (works) and their collections (newspaper, TV program, etc.). Social content of the texts is displayed through relevance and novelty, accordance to the audience's inquiries, depth of social reality analysis, preemptive formulation of socially significant problems, presence of ideals and socio-political guidelines, perfection of the context. Mass Media Texts are a source of information about natural and social reality, they give an idea of political, economical and socio-cul-

tural processes and serve as a basis for description of modern language. In Mass Media Texts numerous changes in linguistic reality and all the processes specific to modern language use are displayed and recorded.

Initially journalism was associated with a written text, which was mainly verbal. Texts of modern journalism have become more complicated: they do not only transmit verbal information. Today, we are faced with macrotext which contains verbal, acoustic and visual messages. Verbal text that was exceptionally inherent for rhetoric returned to media. Photos are viewed as narration in visual images. Hypertext or «soft» text of computer that is constantly ready for transformation.

Mass Media Texts perform both informative and influential functions. Different types and evaluations are aimed at creating rational or emotional influence, at forming of certain attitude to certain realities of socio-political life. Influential function manifests itself better through the efficiency of provided information, the interactivity of network news and multimedia and the hypertext of the way information is presented. The

hypertextfulness of network news greatly affects their structural and compositional features, namely: headings and leads are more oriented to achieving pragmatic effect — attracting users' attention — because of detached location from the main text and the large number of hyperlinks on one page. Evaluation is one of the characteristic features of Mass Media Texts. It consists not only in informing the addressee about events of the surrounding reality, but also in the impact on his/her emotions, feelings and creation of positive or negative attitude to the information reported.

We have explored features of Mass Media Texts, Mass Media Language in particular, and the main structural and functional specification of Mass Media Texts. The study, of course, does not reveal all aspects of the identified problem. The question of national and cultural features of Mass Media Texts, a consistent description from the point of view of cultural interaction which manifests itself at all structural levels — the language, format, content of Mass Media Texts needs further consideration.

Стаття надійшла до редакції 20.10.2017

УДК 81'25–057.875(045)

РУДІНА Марина

ПЕРЕКЛАДАЦЬКА КОМПЕТЕНТНІСТЬ: НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТИ ЇЇ ФОРМУВАННЯ У СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ ЯК МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

У статті розглянуто науково-теоретичний та методичний аспекти формування перекладацької компетентності студентів-філологів як майбутніх фахівців, звернено увагу на широке коло досліджень проблеми як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями, відзначено розмаїття сучасних поглядів на методичний аспект, зокрема використання в процесі навчання сучасних інформаційних технологій та методик, що в сукупності сприяють особистісній мотивації студентів до опанування перекладу відповідно до вимог сучасного ринку праці.

Ключові слова: перекладацька компетентність; методичний аспект; тренди в освіті студентів; інноваційні освітні технології; стандарти професії перекладача.

Постановка проблеми. Перекладацька компетентність набула сьогодні як у зарубіжній, так і у вітчизняній науково-педагогічній теорії й практиці ознак мегаявища, за допомогою якого аргументуються, характеризуються, аналізуються, пояснюються, прогнозуються й т. ін. практично всі науково-методичні аспекти підготовки фахівців-перекладачів у системі вищої освіти до майбутньої професійної діяльності. Інтенсивність розвитку світової наукової педагогічної думки в ХХІ ст. також зростає завдяки трансформації професійних знань на основі перекладу фахових текстів.

Доступність професійних надбань світової педагогічної спільноти дозволяє викладачам українських ВНЗ орієнтуватися в інноваційних напрямках і технологіях навчання студентів, у тому числі — з метою розвитку перекладацької компетентності як інтегрованої якості підґрунтя майбутньої успішної професійної діяльності. Так, автори «The Open Book of Social Innovation» акцентують увагу на соціальному характері інноваційного розвитку освіти, її спрямованості на розв'язання соціальних проблем, відповідності соціальним потребам і мотивам суспільного розвитку [23]; «Тренди освітніх