

DOI 10.31909/26168820.2019-(41)-20
УДК 81'42:070.811

Олена ЧЕТВЕРІКОВА*

РОЛЬ ФОНОВОГО ЗНАННЯ ДЛЯ АДЕКВАТНОГО СПРИЙНЯТТЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

Статтю присвячено вивченню ролі фонового знання для адекватного сприйняття та перекладу медійного дискурсу. Розкрито наукові підходи у визначенні поняття «фонове знання» у перекладознавстві. Пояснено необхідність всебічного розгляду лінгво-культурологічних чинників у процесі підготовки перекладачів для забезпечення якості міжмовної комунікації. Підкреслено, що перекладач має сприймати як художні твори, написані у різні історичні періоди, так і різні наукові, публіцистичні, газетні та інші медійні тексти у світі певних національно-культурних традицій, спілкуватися у межах різних соціальних груп людей, розуміти діалектичну багатогранність конкретно-історичних та соціо-культурних цінностей країни, мова якої вивчається. Окреслено фактори, які впливають на адекватні способи передачі медійної інформації. Визначено поняття медіа дискурсу з позицій медіалінгвістики. Вказано, що іноземні слова, які мають національно-культурну специфіку, є надзвичайно важливими для медійного дискурсу, оскільки переводять його на більш високий рівень інтердискурсивності. Розглянуто приклади посилення на вислови відомих письменників, політиків або суспільних діячів, вживання латинських висловів, переклад популярної лексики, вживання та переклад клішованих фраз, способів вираження іронії та гумору.

Ключові слова: *фонові знання, переклад, медійний дискурс, інформація, міжкультурна комунікація.*

Постановка проблеми. Лінгвістична наука ХХІ століття віддзеркалює великий інтерес дослідників до вирішення питань міжкультурної комунікації, особливостей розповсюдження інформації, способів передачі її адресату, різновидів декодування отриманих повідомлень. Найбільш привабливою для міжнаціональної взаємодії виявляється інформація, котра існує у медіа просторі у вигляді новинних повідомлень, фільмів, висловлень у соціальних мережах, тощо. На сучасному етапі великий інтерес для розв'язання лінгвістичних проблем медіа комунікації та перекладознавства викликають роботи Ф.С. Бацевича, Р.П.Зорівчак, Л. М. Черноватого, Т.Г. Добросклонської, Н.І. Лютянської, Б. Потятиника, В.В. Різуна, Г. Є. Черемхівки, Л.І. Шевченко, а інших науковців, в яких висвітлюються актуальні питання комунікативної лінгвістики, медійного дискурсу та проблеми, пов'язані з перекладом, включаючи передачу лінгвокультурної складової.

Актуальні тенденції світового розвитку, перехід до так званого інформаційного суспільства, розширення масштабів міжкультурної взаємодії, а також вирішення проблем у рамках міжнародної спільноти, здійснюють значний вплив на систему освіти та передбачають підготовку фахівців, здатних швидко пристосовуватися до змін, мати сучасне гнучке професійно спрямоване мислення. У сфері перекладознавства це викликає необхідність забезпечення такої якості міжмовної комунікації, коли текстова одиниця мови перекладу стає повноцінною комунікативною заміною оригіналу та враховує усі його культурні та національно-специфічні характеристики. Підкреслим особливу цінність принципу культурної ідентичності у процесі самовизначення суспільства, в тому числі у міжнародних відносинах. Отже, підготовка майбутніх філологів та перекладачів потребує максимального розширення фонового знання, пояснення його впливу на якість перекладу, створення науково обґрунтованої системи вправ які сприятимуть підготовці

*Четверікова О. – кандидат філологічних наук, доцент, Ізмаїльський державний гуманітарний університет, Україна; e-mail: lena.shardulev@gmail.com

висококваліфікованих фахівців. Як відмічає І.В. Корунець, «обов'язковою умовою становлення перекладача й тлумача є оволодіння ними так званими фоновими знаннями (реаліями) обох мов ... поряд із словником лексичних одиниць усіх класів слів – частин мови (як повнозначних, так і функціональних), які складають так званий універсальний словник загальноповживаної в усіх мовах лексики, в тому числі й ідіомів, усталених виразів та інтернаціоналізмів, фаховий тлумач і перекладач має ще добре знати бодай усі найважливіші в країні іноземної мови історичні події та колоритні історичні постаті, цікаві географічні місця, пам'ятки культури, міфологію казкових героїв, традиції та національні звичаї народів, з мови яких, чи на мови яких здійснюються переклади і тлумачення»¹

Виклад основного матеріалу. Перекладач має сприймати як художні твори, написані у різні історичні періоди, так і різні наукові, публіцистичні, газетні та інші тексти у світі певних національно-культурних традицій, спілкуватися у межах різних соціальних груп людей, розуміти діалектичну багатогранність конкретно-історичних та соціо-культурних цінностей кожної епохи. Соціально-культурні мовні та мовленнєві прояви мають тісні зв'язки з формуванням фонових знань у процесі вивчення мови та її перекладу. До фонових зазвичай відносять різні види знання, котрі здатні вплинути на процес комунікації та сприяють інтерпретації комунікативної поведінки мовця, впливають на очікування та пресупозиції і певним чином є невід'ємною часткою комунікативної ситуації. «Фонові знання (фонова інформація) – це додаткові екстралінгвістичні наукові, культурні, етнічні та ін. знання, що здатні покращити переклад, допомогти перекладачеві більш точно і правильно відтворити оригінальний твір»².

Фонові знання можливо віднести до так званих «готових смислів», котрі у рамках однієї культури варіюються в залежності від соціального статусу, особистого опиту та інших факторів³. Під фоновими знаннями зазвичай розуміють різні типи знання, що впливають на процеси комунікації. Термін «*фонові знання*» є перекладом англійського терміну «*background knowledge*». Фонові знання у найпростішому вигляді визначають як знання реалій мовцем та слухачем, що є основою мовного спілкування⁴, або як спільне усвідомлення певних реалій мовцем та слухачем, при забезпеченні глибинних умов мовленнєвого спілкування, з урахуванням поведінки людини, системи її поглядів, етичних оцінок та смаків, представлених у вигляді системи знань відповідної галузі, якої стосується текст оригіналу, та когнітивного досвіду перекладача в означеній області⁵. На думку дослідників, фонові знання представляють багатовимірне коло даних про специфіку країни, мову якої вивчають, її національну культуру та особливості вербальної та невербальної поведінки тих, хто спілкується. На глибину сприйняття фонових знань впливають вікові особливості людини, рівень її розумового та естетичного розвитку. Розуміння й орієнтація особистості як представника національної лінгвокультури в її базових елементах, розуміння етнопсихологічної та соціальної ідентичності, притаманних вітчизняній культурі, формуються вже з першого курсу навчання в університеті. Цьому сприяє, низка певних фахових дисциплін, що підвищують рівень професіоналізму та сприяють розширенню бази фонових знань.

Культурна обумовленість фонових знань стає його найважливішою характеристикою. Тому велике значення набувають країнознавчі та лінгво-країнознавчі знання. Країнознавчий і етнокультурологічний принципи вивчення різного текстового матеріалу передбачає ознайомлення з побутом, традиціями, історією народу, мова і література якого вивчається. Цільовий підхід у цьому напрямку передбачає не просто надання лінгвістичної інформації про ту чи ту країну, а наукові систематичні знання інформаційно-культурологічного

¹Корунець І.В. (2008), *Вступ до перекладознавства. Підручник*, Вінниця: Нова Книга, 512 с.

²Гудманян А.Г. (2017), *Вступ до перекладознавства : навчальний посібник для студентів спеціальності «Переклад»*, Вінниця: Нова книга, 296 с.

³Шейна І. М. (2009), *Роль фонових знань в розумінні іноязычного текста*, Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серія: Гуманитарные и социальные науки, С. 112.

⁴Комиссаров В. Н. (2002), *Современное переводоведение: учеб.пособие*, М.: ЭТС, 424 с.

⁵Крюков А. Н. (1988), *Фоновые знания и языковая коммуникация*, М.: Наука, С. 19-34.

характеру, не завжди прямо пов'язані з інформацією певного тексту, виходячи за його межі, проте без них його розуміння може бути не повним, а, інколи, неможливим. Розуміння передуює процесу перекладу та ґрунтується, поміж інших чинників, на фонових знаннях та особистому досвіді перекладача. Тому усвідомлене чи неусвідомлене часткове нерозуміння тексту оригіналу, впливає на якість перекладу і спричиняє спотворення інформації, або порушення норм перекладу і врешті-решт непорозуміння у комунікативній сфері. Отже, завдання підготовки майбутніх перекладачів полягає в тому, щоб поступово та максимально розширювати обсяг фонові інформації за рахунок збільшення номенклатури тематичних блоків, з метою зменшити ризик виникнення перекладацьких труднощів та помилок, обумовлених нестачею чи відсутністю відповідних знань.

Згідно з класифікацією Б. Хаслет, можна виділити чотири типи фонового знання, що впливає на процеси комунікації, а саме: «повсякденні знання» як наївна картина світу; культурні знання, що мають зв'язок з цінностями рідної культури; знання про правила взаємодії в різних комунікативних ситуаціях; лінгвістичні знання (мовна компетенція)⁶

Фонове знання проявляє свою сутність тільки в осмисленому висловленні та надає йому багатий вимір. Лінгвістичні розвідки прагнуть виявити те, як фонове знання у якості невербального мовленнєвого компоненту покращує мовленнєвий твір, що у процесі комунікації експлікується, а що залишається імпліцитно вираженим, що відбувається при сприйнятті тексту іншомовної культури реципієнтом, котрий має достатню мовну компетенцію, але недостатню соціокультурну компетенцію тощо. Тому на процес створення лінгвістичної бази сучасного перекладознавства впливає і соціолінгвістика, котра вивчає різні проблемні аспекти «мови і суспільства». Особливу цінність в означеному напрямку представляють два взаємодоповнюючих підходи. З одного боку, мова розглядається як єдине соціально-культурне ціле, що відбиває особливості певного етносу як носія культури, та виділяє його серед інших культур. З іншого боку, вивчаються різні види варіативності в мові, які пов'язуються з неоднорідністю і багатогранністю суспільного життя, існуванням соціальних, професійних та інших відмінностей між людьми в рамках однієї культури.

З розвитком публічних комунікацій йде паралельний розвиток лінгвістичної науки, яка займається її вивченням. Медіа лінгвістика розглядає такі питання, як: теоретичні засади та суспільні передумови виникнення означеного наукового дослідження; роль ЗМІ в динаміці мовних процесів; функціонально-стилістичний статус медіа мовлення; поняття медіа тексту як базової категорії медіалінгвістики.; опис методів вивчення текстів масової інформації; аналіз лінгвостилістичних ознак основних типів і жанрів медіа текстів –друкованих, електронних, інформаційних, аналітичних, художньо-публіцистичних; дослідження різних аспектів медіа дискурсу в контексті міжкультурної комунікації та інші.⁷ Медіа комунікацію, що знаходить своє втілення в газетах, журналах, на радіо, телебаченні, в Інтернеті, також досліджують у рамках теорії комунікації, публіцистики, журналістики, соціології, політології, суспільствознавства, психології та педагогіки. Медійна комунікація відбувається на різних мовах, тому вивчення факторів, які впливають на адекватні способи її передачі є одним з актуальних спрямувань розвитку гуманітарного знання, оскільки усі сфери життя світової спільноти, а саме: економіка, політика, культура, спорт та особисте життя певною мірою зачіпають інтереси кожної людини.

Необхідність відображення різних сторін життя суспільства призводить до тісної взаємодії медійного дискурсу з іншими типами дискурсу, вживаючи різні запозичені поняття і терміни. Тобто відбувається взаємовплив і взаємопроникнення моделей різних видів дискурсів, що сприяє постійному розвитку та трансформаціям всередині медійного дискурсу і викликає постійний інтерес дослідників. Так, наприклад, з боку розмовної мови в медійний дискурс, у великій кількості проникають мовні кліше що дозволяє нам казати про наявність інтертекстуальних зв'язків між медійним та побутовим дискурсами.

⁶ Haslett B. (1987), *Communication, strategic action on context*. Hillsdale, N.J., 287 p.

⁷ Шевченко Л.І. (2014), *Медіалінгвістика: словник термінів і понять*, К. : ВПЦ «Київський університет», 380 с.

Сьогодні розрізняють також політичний, релігійний, рекламний та інші медіа дискурси, враховуючи те, що усі вони передбачають наявність певних принципів та правил утворення, трансляції та інтерпретації. Медіа дискурс досліджують як тематично сфокусовану, соціо-культурно обумовлену мовленнєву та розумову діяльність у мас-медійному просторі. Його принциповою відмінністю є те, що крім продукування певних знань, оцінок об'єктів і їх образів він створює уявлення про способи трансляції певного знання. Такий дискурс має своїм центральним предметом не стільки, скажемо, політичні процеси, скільки способи їх опису та передачі знання про них.

«Медіа дискурс – це тип мовленнєвої діяльності в медіа, спроектований на інформування аудиторії щодо різних сфер суспільного життя засобами масової комунікації (через телебачення, радіо, Інтернет, друковану пресу та ін.). Відповідно, прийнято диференціювати, напр., політичний, культурний, науковий, спортивний та інші медіа дискурси, що можуть відрізнятися специфікою апеляції до мовної свідомості реципієнта, її лінгвістичними й екстралінгвістичними характеристиками, потенційним результатом»⁸.

Медіа дискурс несе на собі печатку генеруючого його лінгво-культурного коду, який представляє систему культурних, мовних та мовленнєвих характеристик, які обслуговують комунікативні потреби суспільства. В залежності від жанрово-функціональних особливостей медійного простору, в якому реалізується дискурс, можливо виділити такі типи медійного дискурсу, от-як: новини, реклама, промоційний дискурс (PR); в залежності від мети – інформаційний, аналітичний, публіцистичний, ідентифікаційний, репрезентативний, ідеологічний дискурс тощо⁹. Розглядаючи проблему жанрової диференціації медіа текстів, зарубіжна лінгвістика в першу чергу протиставляє два ключових жанри: *news* та *views*. На підставі цього в британській пресі виділяють наступні інформаційні жанри (*news story*, *background article*, *report*) та інтерпретаційні (*leader/ editorial*, *commentary*, *sketch*), які відповідно здійснюють функцію інформування та інтерпретування (*ideology*). Поряд з цими групами існує третя група жанрів, що виконує функцію розваги (*entertainment*), соціального зв'язку, афіліації (*social linkage*) і освіти (*education/instruction*)¹⁰.

Мета медіа дискурсу реалізується в комунікативному плані та конкретизується в певних комунікативних характеристиках. Статусно-рольові та ситуативно-комунікативні особливості учасників спілкування, умови передачі та отримання мультимедійних повідомлень, стратегії спілкування, засоби комунікації впливають на особливості інтерпретації повідомлень.

За останні десятиліття намітилася тенденція до появи різноманітних іншомовних інтертекстуальних елементів, як-от: іншомовних цитат, супроводжуваних, або не супроводжуваних перекладом, які покликані урівноманітнити медійний дискурс шляхом апеляції до іноземного тексту, іноземних авторів, надати вагу авторській думці. Відмітимо, що іноземні слова, які мають національно-культурну специфіку, є надзвичайно важливими для медійного дискурсу, оскільки переводять його на більш високий рівень інтердискурсивності, пов'язуючи не тільки різні дискурси усередині однієї мовної єдності, але виходять на рівень міжкультурної комунікації, об'єднуючи носіїв різних мов.

Наприклад, латинські фрази у англomовному тексті: «*Si vis pacem, para bellum*» – *Бажаєш миру, готуйся до війни*, «*Acta non verba*» – *Справи – не слова!*, «*Aquila non captat tuscas*» – *Орел не ловить мух*. Такий підхід у тексті оригіналу може бути бажанням користувача бути оригінальним, або свідчити про намагання привернути увагу до певної інформації у тексті.

Це також можуть бути посилання на вислови відомих письменників, політиків або суспільних діячів, як-от слова Бенджаміна Франкліна, одного з американських президентів: «*You can fool some of the people all of the time, and all of the people some of the time, but you*

⁸ Шевченко І. С. (2005), *Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу*, Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен, Харків : Константа, С. 105-117.

⁹ Лютянська Н.І. (2014), *Мас-медійний дискурс: типологічні та структурно-організаційні особливості*, Ніжин : Ніжинський державний університет ім. Миколи Гоголя, С. 136-142.

¹⁰ Durant A. (2009), *Language and Media: a resource book for students*, Abingdon: Routledge, 269 p.

cannot fool all of the people all of the time!». Цитати відомих осіб ми також можемо помістити у формі медіа статусів, які використовують у соціальних мережах для позначення особистого ставлення до життя: *«Success consists of going from failure to failure without loss of enthusiasm»* (Winston Churchill), *«You miss 100% of the shots you do not take»* (Wayne Gretzky – канадський хокеїст), *«Fall seven times and stand up eight»* (Японське прислів'я).

Головною особливістю та складністю перекладу подібних явищ є необхідність передати певні образні елементи, котрі часто потребують вживання трансформацій, як-от при перекладі виразу *«Turn your deaf ear to the audience»* перекладено, як *«Не звертайте увагу на аудиторію»*.

Особливою рисою медіа дискурсу є саме об'єм різноманітної інформації, відомий лише реципієнтам оригіналу та маловідомий, або невідомий реципієнтам перекладу. Це визначає високий рівень специфічної інформації та підвищує роль контексту у перекладі. Оскільки медіа контекст спирається на культурні фактори, контекст перекладного медіа дискурсу набуває рис, характерних для міжкультурного типу комунікації. На думку Г. Добросклонської, «культурологічний контекст» представляє структуровану за рівнями сукупність усієї культурозначимої інформації¹¹.

Ще однією складністю сприйняття та перекладу є вживання у медіа просторі приказок та прислів'їв. Їх часткове або повне нерозуміння призводить до неможливості правильного перекладу. Наприклад, при нерозумінні того, що таке *«фількіна грамота»*, *«бити баклуші»*, *«Дем'янова юшка»* адекватний переклад виявляється доволі сумнівним. Перекладачі також мають пам'ятати, що переклад крилатих виразів, приказок та прислів'їв, дуже важливу роль відіграє контекст, котрий дозволяє робити переклад з використанням тих чи інших образів, що є найбільш сприятливими та зрозумілими для носіїв культури отримувача інформації.

Для перекладного медіа дискурсу характерним стає наявність двох мовних картин світу, інформація яких перехрещується, що визначає різне розуміння, неспівпадіння, та різну категоризацію дійсності і концептосферу. Наприклад, при перекладі рекламного медіа дискурсу досить частотним є вживання англіцизмів: *банер* – рекламний планшет, *білборд* – щитова реклама, *семплінг* – безкоштовна роздача рекламних товарів. Вживання тих слів прагне переорієнтувати стереотипні очікування користувачів.

Соціально-культурні фактори відіграють дуже велику роль у формуванні фонових знань, без яких неможливо інтерпретувати мовні висловлювання. Найбільший інтерес для теорії і практики перекладу представляють повідомлення, що безпосередньо відображають умови життя і звичай представників певної культури. У кожній культурі існують свої способи запобігання небажаного розвитку подій. Так, наприклад при вирішенні дуже складних питань у різних культурах реагують по-своєму: *«This appointment will make or break me, so keep your fingers crossed, please»* – *«Ця зустріч вирішить мою долю, так що сvari мене»*.

Важливе місце у правильному розумінні повідомлень займає вміння визначати та перекладати так звану популярну лексику, котра у різних мовах та культурах не є однаковою, а фрази, які є дуже частотними та популярними в одній мові, можуть бути не часто вживаними в іншій. Наприклад: *«from the bottom of my heart / від усього серця, give somebody the go-ahead / підтримати у справі, person-to-person diplomacy / народна дипломатія»*. Оскільки популярна лексика міститься як у політичних медіа текстах, так і в повсякденному мережевому мовленні, її знання має важливе значення для успішного перекладу. До складнощів розуміння та перекладу слід віднести і нові клішовані вирази, корті ще не мають пояснення у словниках. Прикладами перекладу клішованих фраз можуть бути наступні: політичні – *«draw a veil over/обійти мовчанням, bitten track/відома доріжка»*; побутові – *«face the music/не кланятися перед складнощами, eat humble pie/ мовчки поглинути образу»*; натуралістичні – *«sport of nature/гра природи; freeze to the marrow/замерзнути до кісток»*. Найкращим способом їх перекладу є пошук аналогічних відповідностей на мові перекладу.

Важливу роль у процесі поширення фонових знань відіграє національно маркована

¹¹Добросклонская Т. Г. (2000), *Вопросы изучения медиа текстов: Опыт исследования современной английской медиа речи*, М.: МАКС Пресс, С. 58-60.

лексика, яка, зазвичай, виконує дві функції – номінативну та оцінну. Наприклад, для назви унікальних або екзотичних явищ Південної Бессарабії, ми знаходимо відповідні лексичні одиниці: «Наша булка така гарна» – «*Our fiancée is so cute*», для регіонального позначення та оцінки нареченої, «В нас іще пуканці є?» – «*Is there any more pop-corn?*», для регіонального позначення поп-корну, посиляючись на спосіб його приготування та звукове відтворення процесу. В шлюбних оголошеннях ми часто можемо зустріти прикметник «порядний/порядна» які характеризують людину як чесну та надійну «*honest/decent*». Причому прикметник «чесний» в оригінальному оголошенні може бути відсутнім. Незнання підґрунтя подібного найменування може призвести до помилок.

Зарубіжні журналісти теж вживають багато запозичень культурно-детермінованої української лексики для збереження культурного контексту в англійській мові. Наприклад: *Maslenitsa; Parks of culture and leisure; Maidan, Vyshyvanka, Hopak*.

Однією із складових фонового знання є позначення та особливості приготування кулінарних страв. На території Південної Бессарабії ми відмічаємо велике різноманіття національних назв кулінарних страв: *гювеч* – *hotchpotch* (м'ясо, що подають із овочами), *кебабчета* – *kebabcheta* (шматочки свинини або молоді вівці, приготовані в олії), *сирене* – *sirene* (овечий сир, як його називають болгари). Серед страв молдавської кухні відмітимо *чорба* – *chobra* (суп із м'яса півня, який готують разом із овочами).

Словосполучення «англійський гумор», поєднує національну приналежність, спосіб мислення та літературну традицію, це для тих, хто вивчає англійську мову є природним та звичайним, як, скажімо, «німецький порядок», «французька легковажність» чи «іспанська гарячість». Гумористично або іронічно забарвлені висловлення можна помітити у будь-яких медіа текстах, навіть у наукових. Наприклад, сюди можна віднести деякі тексти статусів у соціальних мережах: «*I want that you came out from my heart as quickly as you get out of on-line / Я хочу, щоб ти звільнив моє серце так швидко, як швидко ти зникаєш у мережі*», «*I never forget a face, but in your case I would be glad to make an exception / Я ніколи не забуваю обличчя людей, але у випадку з тобою, я була б рада зробити виняток*», «*Always forgive your enemies; nothing annoys them so much / Завжди вибачай своїм ворогам, ніщо інше їх так не дратуватиме*». Культурні уявлення українців, пов'язані з фоновою лексикою відрізняються від тих, котрі виникають в англійців при їх зверненні до слів і словосполучень, котрі є формальними еквівалентами одиниць національно-культурної семантики. Це виявляє різні культурні конотації та є причиною багатьох складнощів при перекладі з однієї мови на іншу. Коли фонові знання мають достатній об'єм, вони поєднуються з лінгвістичним контекстом, що дозволяє досягнути бажаного результату.

Висновки. Дуже помітно недостатня соціокультурна компетенція проявляється у випадках сприйняття та перекладу медійного дискурсу, який віддзеркалює одночасно мовний та культурний стани суспільства. Тому типологія різновидів фонового знання, достатнього для процесу адекватного сприйняття інформації з її подальшим перекладом потребує подальшого вивчення.

REFERENCES

- Durant A. (2009). *Language and Media: a resource book for students* / A. Durant, M. Lambrou. – Abingdon: Routledge, 269 p. [in English]
- Dobrosklonskaya T. G. (2000). *Voprosy izucheniya media tekstov: Opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy media rechi*. [Issues of studying media texts: Experience in the study of modern English media speech]. M.: MAKSPress, S.58-60. [in Russian]
- Gudmanyany A.G. (2017). *Vstup do perekladoznavstva. Navchalny posibnyk dlja studentiv spetsialnosti «Pereklad»* [Introduction to translation studies: a textbook for students of the specialty «Translation»] / A.G. Gudmanyany, AV Sitko, G.G. Yevcheva - Vinnitsa: Nova Knyga, 296 p. [in Ukrainian]
- Haslett B. (1987). *Communication, strategic action on context*. Hillsdale, N.J., 287 p. [in

English]

Komissarov V. N. (2002). *Sovremennoye perevodovedeniye: ucheb.posobiye*. [Modern translation studies: study guide]. / V. N. Komissarov. – M.: ETS, 424 p. [in Russian]

Korunets I. V. (2008). *Vstup do perekladoznavstva. Pidruchnyk*. [Introduction to translation studies. Textbook]. - Vinnitsa: Nova Knyga, 512 p. [in Ukrainian]

Kryukov A. N. (1988). *Fonovyye znaniya i yazykovaya kommunikatsiya*. [Background knowledge and language communication] / *Etnopsikholingvistika: sb. st.* – M.: Nauka, P. 19-34. [in Russian]

Lyutyans'ka N. I. *Mas-mediynyy dyskurs: typolohichni ta strukturno-orhanizatsiyni osoblyvosti* [Mass-media discourse: typological and structural-organizational peculiarities] / N. I. Lyutyans'ka / *Seriya «Filolohichni nauky»* – Nizhyn, Nizhyns'kyi derzhavnyi universytet im. Mykoly Hoholya, 2014. – P.136-142. [in Russian]

Sheina I, M. (2009). *Rol' fonovykh znaniy v ponimani inoyazychnogo teksta*. [The role of background knowledge in understanding foreign text] // *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye i sotsial'nyye nauki*. P. 210-116. [in Russian]

Shevchenko I. S. (2005). *Kohnityvno-prahmatychni doslidzhennya dyskursu*. [Cognitive-pragmatic studies of discourse]/ I.S. Shevchenko // *Dyskurs yak kohnityvno-komunikatyvnyy fenomen / pid zahal'n. red Shevchenko I. S.: Monohrafiya.* – Kharkiv : Konstanta, P. 105–117. [in Ukrainian]

Shevchenko L. I. (2014). *Medialinhvistyka: slovnyk terminiv i ponyat'* [Mediolinguistics: Glossary of Terms and Concepts] / L.I. Shevchenko, D.V. Derhach, D.YU. Syzonov / *za red. L.I. Shevchenko.* – Vyd. 2-he, vypr. i dop. – K. : VPTS "Kyivskyy universytet", 380 p. [in Ukrainian]

Chetvericova O. The Role of the Basic Knowledge for Adequate Administration and Transition of the Media Discussion

The article is devoted to the study of the role of background knowledge for the perception and translation of the media discourse. The scientific approaches representing definitions of the concept «background knowledge» in translation studies are revealed. It has been pointed out that the preparation of future philologists and translators needs to maximize the volume of background knowledge, explaining its impact on the quality of translation, and creating a scientifically sound system of exercises that will facilitate the training of highly skilled professionals. The necessity of comprehensive consideration of linguistic and cultural factors in the process of preparing interpreters for ensuring the quality of inter-lingual communication is explained. It has been emphasized that the translator should be ready to perceive artistic works written in different historical periods, and deeply understand various scientific, journalistic, newspaper and other media texts including certain national-cultural traditions. He should be able to communicate within different social groups of people, understand the dialectical versatility of concrete historical and socio-cultural values of the country the language of which is being studied. The factors that influence the adequate ways of transmitting media information are outlined. The concept of media discourse from the standpoint of media linguistics is defined. The crucial features of media discourse have been pointed out. It has been indicated that foreign words possessing national-cultural specificity are extremely important for the media discourse, since they promote it into a higher level of inter-discursiveness. Examples of references to famous writers, politicians or public figures, the use of Latin expressions, the translation of popular vocabulary, the use and translation of cliché phrases, ways of expressing irony and humor approve of the necessity to work out the overwhelming typology of different forms of background knowledge.

Key words: background knowledge, translation, media discourse, information, intercultural communication.