

І. Межуєва

*кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри перекладу
ДВНЗ «Приазовський державний
технічний університет»
rasswet468@gmail.com*

С. Єльцова

*старший викладач кафедри перекладу
ДВНЗ «Приазовський державний
технічний університет»
irina.mejeva.70@gmail.com*

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕКСТІВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ)

Постановка проблеми. Сучасне суспільство нині неможливо уявити без засобів масової інформації. Їхня роль настільки велика, що часто ЗМІ називають «четвертою владою».

Однією з найдавніших форм засобів масової інформації є преса. Вона посідає важливе місце в культурному та політичному житті країни, допомагаючи людині орієнтуватися в навколишній дійсності. Газетна мова стає все більш різноманітною. Будучи динамічною за своєю суттю, мова засобів масової інформації найбільш швидко реагує на всі зміни в суспільній свідомості, відображаючи стан останньої та впливаючи на її формування. Підвищена увага до мови газети пояснюється ще й тим, що саме в газеті складаються і формуються основні стилістичні прийоми і засоби, характерні для мови масової комунікації, які згодом впливають на розвиток мови в цілому.

Визначаючи статус сучасних ЗМІ, Ю.М. Караулов стверджує: «Мова ЗМІ сьогодні набула панівного становища серед усіх функціональних різновидів, увібравши в себе, поглинувши, асимілювавши в собі ресурси всіх <...> функціональних стилів. Іншими словами, мова ЗМІ сьогодні являє собою, хочемо ми цього чи не хочемо, узагальнену модель, сукупний образ національної мови...» [4, с. 115].

Особливе місце в світовому інформаційному потоці посідають газетно-інформаційні тексти англійською мовою. Через цілу низку чинників політичного, економічного і соціокультурного характеру їх загальний обсяг значно перевищує обсяг текстів масової інформації іншими мовами, ще більш зміцнивши статус англійської не тільки як мови міжнародного спілкування, а й як мови, безперечно, домінуючої в світовому інформаційному просторі. Актуальність обраної теми дослідження пов'язана з тим, що засоби масової інформації набувають на сучасному етапі розвитку суспільства все більшу силу і значимість, що визначається як загальним інтересом сучасної лінгвістики до вивчення структурних особливостей газетних заміток, так і недостатньою вивченістю засобів масової інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інформаційне повідомлення як об'єкт вивчення являє інтерес для багатьох галузей науки про мову: і традиційних напрямів (функціональна стилістика, семантика, лінгвістика тексту), і нових (когнітивна лінгвістика, дискурсивний аналіз, комп'ютерна лінгвопрагматика).

Особливий внесок у дослідження мови газети внесли І.Р. Гальперін, Я.М. Засурський, Б.О. Зільберт, Б.В. Кривенко, В.Л. Наер, І.С. Стам та інші. Ці вчені провели значну роботу з дослідження газети як цілісного і особливого тексту, категорій текстоформування і композиції газетних текстів, з вивчення функціональних стилів і жанрів, з проблем ефективності мови публіцистичного тексту.

Т.Г. Добросклонська виділяє дослідження подібного роду в особливу дисципліну – медіалінгвістику, рамки якої забезпечують системний науковий підхід до вивчення мови ЗМІ, а також дають змогу представити медіатекст як основну категорію аналізу і встановити низку закономірностей побудови мас-медійного тексту [3, с. 132].

У зарубіжній лінгвістиці простежується особливий інтерес до вивчення проблем створення, змісту й організації новин у ЗМІ, в тому числі в газеті, дослідження характеризуються соціологічною спрямованістю і є структуралістськими за своєю суттю (А. Tudor, I. Königsberg, S. Hayward, P. Sanderson та інші). Аналіз газетних текстів зосереджений також на інституційних і професійних характеристиках процесу випуску новин (S. Neale, J. Downing, J. Richardson, M. Montgomery та інші).

Разом із тим необхідно відзначити недостатню вивченість текстів англійської преси, а саме структурних особливостей подачі газетного матеріалу. Таким чином, визначилися питання, які потребують вирішення в рамках цієї роботи, а саме: розглянути теоретичні питання, що стосуються вивчення газетно-публіцистичного стилю, проаналізувати структуру англійських інформаційних текстів та описати їхні особливості.

Мета цієї статті – дослідити структурні особливості інформаційних текстів в англійській мові засобів масової інформації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перша англійська газета була заснована в 1622 році під назвою The News of the Present Week. Коли в 1695 році закінчився термін дії закону, що забороняв користування дру-

карським верстатом без дозволу короля, в Лондоні з'явилися газети: Intelligence Domestic and Foreign, English Courant, Packet Boat from Holland and Flanders, the Pegasus, the London Newsletter, the London Post, the Flying Post, the Old Postmaster та інші.

З цього часу і починається історія англійської газети. Поступово виробляється особлива манера користування англійською мовою, яка зумовлена метою комунікації і конкретними умовами, в яких ця мета могла реалізуватися [2, с. 29].

Цей особливий мовний стиль носить назву публіцистичного. До його письмових різновидів належить мова есе, газетних статей, журнальних статей літературно-критичного і суспільно-політичного характеру, памфлети, нариси тощо. До усного різновиду публіцистичного стилю належить стиль ораторської мови, а останнім часом також огляди радіокоментаторів.

Функція публіцистичного стилю може бути сформульована таким чином: вплив на читача або слухача з метою переконати його в правильності висунутих положень або викликати в нього бажану реакцію на сказане не стільки логічно обґрунтованою аргументацією, скільки силою, емоційною напруженістю висловлювання, показом тих рис явища, які найбільш ефективно можуть бути використані для досягнення поставленої мети [5, с. 16].

Основною метою газетно-публіцистичного стилю є інформація і вплив.

Газетний стиль в англійській мові також характеризують такі риси:

Велика кількість цитат і прямої мови.

Заміна дієслова стійким поєднанням, часто в пасивній формі (наприклад, *make contact with, be subjected to, have the effect of, exhibit a tendency to, serve the purpose of; greatly to be desired, a development to be expected*).

Використання герундія замість прийменникових зворотів (наприклад, *by examination of – by examining*).

Заміна простих коротких слів більш складними оборотами з прийменниками (наприклад, *having regard to, in view of*) [1, с. 53].

Комплексний аналіз англійських інформаційних текстів дав змогу виявити низку специфічних структурних особливостей.

У англійських інформаційних текстів стійка структура. Більшість англійських повідомлень будуються за принципом, відомим в англійській журналістиці під назвою "the inverted pyramid" (перевернута піраміда), який передбачає, що вся найцінніша і важлива інформація припадає на першу фразу, яка називається the lead (зачин) і фактично містить усі найважливіші компоненти повідомлення в концентрованому вигляді. Класичним зарубіжним варіантом зачину є відповідь на відомі шість запитань: who? what? why? how? where? when? (Хто? Що? Чому? Як? Де? Коли?).

Найважливішу структуроутворюючу функцію виконують заголовки. Саме від заголовка і зачину багато в чому залежить, чи прочитає читач публікацію або не зверне на неї увагу. Заголовки газети мають залучити найбільшу кількість читачів, іншими словами, забезпечити нормальне функціонування самої газети. Тому заголовки англійської газети перш за все виділяються своєю зовнішньою особливістю – вони надруковані іноді настільки великим шрифтом, що займають значну частину сторінки. Заголовки в англійській газеті є багатоступінчастим викладом основних положень газетної статті або газетного повідомлення.

Наприклад, за назвою:

EU global deals threaten to wreck transition hopes (from "The Times")

можна здогадатися, що в цій статті буде викладатися матеріал про проблеми підготовки пост-Brexit перехідної угоди з Європейським Союзом.

Багато заголовків англійських і американських газет побудовані у вигляді питань, мета яких – привернути увагу тих, хто читає, до змісту повідомлення:

Can China avoid an armed confrontation with the West? або

Are growth figures a sign that the economy is recovering from its post-Brexit slump? (from "The Telegraph").

Часто з метою емпізи в заголовках використовується повтор. Наприклад:

Stop! Stop! Stop! або

Help! Help! Help! (from "Guardian").

Деякі заголовки складаються тільки з одного слова:

Sport News World Talk (from "The Times").

Наступні речення газетної статті у вигляді коротких параграфів (близько 30–40 слів на один параграф) несуть певну інформацію про одного або декілька членів вступного абзацу, тобто поява кожного наступного речення йде по лінії повторення, деталізації або конкретизації основної думки. У кожного є основна ідея та інший факт. Вони можуть також включати в себе цитати запрошених людей або експертів.

Цитування є важливим функціональним елементом у структурі газетних текстів. В інформаційних жанрах газети загальної функції всіх видів цитат – композиційна та рекламна, приватні функції прямих цитат – інформативно-констатувальна, інформативно-ілюструвальна і інформативно-документувальна.

Ще однією структурною особливістю інформаційного тексту є його членування на абзаци. Це необхідно, з одного боку, для того, щоб встановити комунікативну ієрархію складових елементів статті, з іншого боку, виділяючи найбільш значуще, важливе, абзац тим самим привертає увагу читача. Абзац, сигналізуючи про смислові і функціональні зміни, є виразним засобом організації мовного матеріалу. У межах статті він зазвичай реалізує такі функції: акцентувальну; уточнювальну та вступну (у разі прямої мови і цитат).

Характерною рисою газетної статті є абзац в одне речення.

Розберемо як приклад коротке повідомлення:

WORKING TOGETHER FOR WATER

How can we manage this essential resource?

Without water, there is no life. It keeps every cell – human, animal and vegetable – alive. Water is essential to ensure biodiversity, irrigate crops, hydrate people and animals, move nutrients, seeds and even waste, and fuel our factories and economy.

Yet, by 2030, the world faces a possible 40 percent gap between renewable freshwater available for human consumption and the demand for it, according to “Charting Our Water Future,” a 2009 study by the 2030 Water Resources Group. So the challenge of sustainably managing this essential resource is great.

Collaborative effort, say water experts, is the core of water stewardship, which brings together multiple stakeholders with different goals to find common solutions.

(“The New York Times”, October 25, 2017).

Наведене коротке інформаційне повідомлення має п’ятикомпонентну структуру. Воно побудоване за такою схемою: в першому реченні розвивається загальна тема, названа в заголовку “Working Together for Water”, наступні речення конкретизують її, повідомляють додаткові відомості. Тут на перший план висувається акцентувальна функція абзацу. Інформація кожного речення наче актуалізується: спочатку акцент падає на те, що “water is essential” – вода необхідна у всіх сферах життєдіяльності людини, потім повідомляється про “40 percent gap” – невідповідність кількості відновлюваної води і потреби людства в ній. В останньому абзаці-реченні йдеться про необхідність об’єднання зусиль для пошуку спільних рішень – “to find common solutions”.

Наприкінці статті, як правило, узагальнюються факти і думки. Автор допомагає читачеві робити висновки, пояснює складні речі простими словами, розглядає тему з усіх боків. Усі ствердження підтверджуються даними. Читач сам формує думку на основі наданих фактів. Однак здебільшого цей елемент структури тексту може бути опущений, позаяк вся найбільш важлива інформація вже була надана на початку статті.

Висновки. У результаті проведеного аналізу ми можемо зазначити, що публіцистичний стиль – це один з функціональних стилів, метою якого є передача інформації. Ще одна його функція – це функція впливу: автор своєю статтею має впливати на почуття і розум читача.

Також можна констатувати, що інформаційне повідомлення є одним з основних жанрів газетно-публіцистичного стилю. Аналіз англійських інформаційних текстів дав змогу виявити низку специфічних особливостей.

Виклад інформаційного матеріалу в повідомленні будується за принципом «перевернутої піраміди», коли найважливіша інформація розташована «вгорі», а потім слідує менш значні і цікаві факти. Текст, побудований таким чином, найбільш компактно і чітко передає всі компоненти повідомлення, а подача інформації при цьому цікава читачам.

Структура газетної статті включає такі компоненти, як заголовок (іноді і підзаголовок), зачин, основний корпус тексту, висновок (якщо він є), утворюючи єдине ціле публіцистичного тексту. Межі між структурними компонентами повідомлення рухливі, самі компоненти тісно семантично пов’язані один з одним, що нерідко призводить до їх взаємозаміни або синкретичності. Загальна структура газетної статті зумовлена темою публікації, засобом подачі й оформлення інформації, типом рубрики та періодичного видання.

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що необхідність передачі значного обсягу інформації в умовах обмеженості газетної площі вимагає використання особливої структури інформаційного тексту. Перспективу подальших розвідок вбачаємо в дослідженні екстралінгвістичних засобів впливу на іншомовну читачську аудиторію.

Література:

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский. Москва : Флинта, Наука, 2002. 384 с.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. Москва : КомКнига, 2007. 144 с.
3. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиа-текстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Москва : УРСС Эдиториал, 2005. 288 с.
4. Караулов Ю.Н. Язык СМИ как модель общенационального языка. *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования* : тезисы докладов на Международной научной конференции. Москва : Изд-во Московского университета, 2001. С. 115–118.
5. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация. Изд-е 2-е, испр. Москва : Эдиториал УРСС, 2004. 280 с.

References:

1. Arnold I .V. (2002). *Stilistika. Sovremennyi anhliskii* [Stylistics. Modern English]. Moskva : Flinta, Nauka, 384 [in Russian].
2. Halperin I.R. (2007). *Tekst kak obyekt linhvisticheskoho issledovaniia* [Text as an object of linguistic research]. Moskva : KomKnih, 144 [in Russian].
3. Dobrosklonskaia T.H. (2005). *Voprosy izucheniia media-tekstov (opyt issledovaniia sovremennoi anhliskoi mediarechi)* [Issues of studying of media texts (experience of research of the modern English media speech)]. Moskva : URSS Editorial, 288 [in Russian].

4. Karaulov Yu. N. (2001). *Yazyk SMI kak model obshchenatsionalnogo yazyka* [Language of media as model of national language.]. *Yazyk SMI kak obekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniia : tezisy dokladov na Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii*. Moskva : Izd-vo Moskovskogo universiteta, 115–118 [in Russian].
5. Medvedeva E.V. (2004). *Reklamnaia kommunikatsiia* [Advertising communication]. Izd-e 2-e, ispr. Moskva : Editorial URSS, 280 [in Russian].

Анотація

I. МЕЖУСВА, С. ЄЛЬЦОВА. СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕКСТІВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ)

Стаття присвячена вивченню структурної організації інформаційних текстів. У роботі проведено аналіз основних елементів газетних текстів і їх композиції, внаслідок аналізу виявлено основні риси публіцистичного стилю. Акцентовано, що необхідність передачі значного обсягу інформації в умовах обмеженості газетної площі вимагає використання особливої структури інформаційного тексту. Проведено аналіз структурних особливостей текстів з англomовних електронних видань “The Times” та “The Telegraph”.

Ключові слова: інформаційний текст, структура, особливості, заголовок, газетно-публіцистичний стиль.

Summary

I. MEZHUYEVA, S. YELTSOVA. STRUCTURAL FEATURES OF INFORMATION TEXTS (ON THE MATERIAL OF THE ENGLISH-LANGUAGE PRESS)

The article is devoted to the study of the structural organization of information texts. The paper analyzes the main elements of newspaper texts and their composition. A definition of the journalistic style is given and its main features are presented. The analysis of structural features of texts from English-language electronic editions “The Times” and “The Telegraph” is carried out.

As a result of the analysis, we came to the conclusion that the journalistic style is one of the functional styles, the purpose of which is the transfer of information. In addition to that it has the function of influence: the author of the article must influence the reader’s feelings and mind.

It can also be said that the information message is one of the main genres of the newspaper and journalistic style, since it meets the main requirement of modern society – to submit actual information in an accurate and compact form.

The analysis of English information messages made it possible to identify a number of specific features. The presentation of information material in the article is based on the principle of the “inverted pyramid”, when the most important information is located “above”, and then less significant and interesting facts follow. The text, constructed in this way, conveys all the components of the message most compactly and clearly, and the presentation of information is of interest to readers.

The structure of the newspaper note includes such components as the title (sometimes the subtitle), the introduction, the main body of the text, the conclusion (if any), forming a single whole of the journalistic text. The boundaries between the structural components of the news story are mobile, but the components themselves are closely connected semantically, which often leads to their interchangeability or syncretism.

So, taking above-mentioned into account, we can conclude that the need to transfer a significant amount of information in conditions of limited newspaper space requires the use of a special structure of the information text.

We see the prospect of further research in the study of extralinguistic means of influence on foreign readers.

Key words: information text, structure, features, headline, newspaper-journalistic style.