

## СТИСЛІ ТЕКСТИ УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА У ФУНКЦІОНАЛЬНО-ЖАНРОВОМУ АСПЕКТІ

Ірина Мірошниченко (Дніпропетровськ, Україна)

У статті аналізуються і узагальнюються функціонально-жанрові та стилістичні особливості стислих текстів українського мас-медійного дискурсу. Серед жанрової палітри вітчизняних ЗМІ до стислих текстів відносяться такі видові типи, як замітка, звіт, заголовок, прогноз погоди, хроніка, дайджест, підпис до фото, заголовок, програми (телебачення, кіно, театр і т. д.), рецензія, коментар, кореспонденція, анекдот та ін. Основними жанровими характеристиками стислих текстів у мас-медіа виступають високий рівень стиснення об'єму тексту та конденсації повідомлюваної інформації.

**Ключові слова:** мас-медійний дискурс, жанр, жанрова специфіка, стислий текст, види конденсації інформації, лінгвістичні засоби компресії тексту.

## GENRE AND FUNCTIONAL ASPECTS OF COMPRESSED UKRAINIAN MASS MEDIA TEXTS

In this article we have analysed and summarized genre and functional peculiarities of compressed Ukrainian mass media texts. There are many media genres that can be considered as compressed texts: brief article, newspaper account, review, headline, chronicle of events, commentary, etc. The main genre descriptions of compressed texts are high level of text volume reduction and information condensation. Various semantic, stylistic, lexical, grammar, graphic, syntactic means serve for decreasing of sentence formal structure and help to condense the semantic and communicative aspect of expression.

**Key words:** mass-media discourse, genre, genre specification, compressed text, types of information condensation, linguistic text compression means.

Сучасна мас-медійна комунікація стала предметом активних фундаментальних досліджень лінгвістів у всьому світі. Вивчення проблематики стислого тексту стало відгуком мовознавчої наукової думки на суспільну запитаність у нових способах передачі інформації споживачеві, прагнення осучаснити, раціоналізувати та прагматизувати підходи до інформування в епоху глобалізації та стирання інформаційних кордонів. Закон економії мовних зусиль спричинює появу висловлювання з кондесованим інформаційним та

згорненим структурно-формальним планами, практичним вираженням якого є стислий текст.

У сучасних лінгвістичних пошуках учених дослідження мовленнєвих жанрів посідає одне з перших місць, знаходячи своє відображення в когнітивному, герменевтичному, мовленнєвому, лінгвопсихологічному, стилістичному та інших аспектах (І. Арнольд, Д. Баранник, А. Баранов, Ф. Бацевич, А. Вежбицька, В. Гольдін, Т. Добросклонська, А. Durant, В. Здоровега, М. Kim, D. Chandler, A. Silverblatt, J. Swales, Г. Солганік, М. Talbot, О. Тертичний, М. Федосюк та інші).

Метою нашої статті є аналіз жанрів стислих текстів українського мас-медійного дискурсу, їх функціонування, стилістичних та лінгвістичних особливостей. Серед завдань дослідження ми виокремили такі: визначити, до яких жанрів належать стислі тексти українського мас-медійного дискурсу, охарактеризувати стилістичні, лінгвістичні та функційні їх особливості, проаналізувати засоби, за допомогою яких з'являється сучасний інформаційно-лінгвістичний феномен – стислий текст.

Опираючись на твердження М. М. Бахтіна про те, що мовленнєві жанри формуються на основі функціонально-стильової орієнтації засобів спілкування, лінгвісти розробляють типології журналістських жанрів та намагаються знайти новаторські підходи до їх класифікації. Поява нових жанрів наприкінці ХХ-на початку ХХІ століть, бурхливий розвиток засобів передачі інформації, залучення більшої кількості членів суспільства до інформаційного простору, зміна ідеології в українському суспільстві, тенденції демократизації мовлення вимагають системного аналізу жанрів у мас-медійному дискурсі.

У науці про мову жанр сприймається як група журналістських матеріалів зі сталими змістово-формальними ознаками. Вітчизняна типологізація медійних жанрів базується на методі зображення ними дійсності – інформативному, аналітичному, художньо-публіцистичному. У медіалінгвістиці ведуться наукові дискусії щодо критеріїв жанрового розподілу текстів. Так, наприклад, В. Здоровега виділяє такі критерії поділу творів журналістики на жанри:

1) об'єкт відображення; 2) призначення виступу; 3) масштаб охоплення дійсності; 4) особливості літературно-стилістичних засобів вираження задуму; 5) обсяг [3]. О. Тертичний до жанроутворюючих факторів відносить спосіб відображення дійсності [8]. Багато зарубіжних учених акцентують увагу на професійній поведінці журналістів та характері їхньої творчості, якої вимагає певний жанр, тим самим зараховуючи постать автора до одного із визначальних критеріїв. Британські учені Alan Durant та Marina Lambrou, спираючись на дослідження своїх співвітчизників, визначають чотири основні критерії жанротворення: 1) формальна структура твору; 2) тема повідомлення; 3) адресат; 4) відповідь реципієнта [2, с. 23]. На їхню думку, «genre is part of a social system of what gets produced and why; what people like and why; what gets preserved, re-released, etc., and why» («жанр – це частина суспільної системи, яку представляють і чому це роблять; що людям подобається і чому; яка зберігається, перевипускається і чому») [2, с. 22]. Отже, як стверджують зарубіжні лінгвісти, реципієнт інформації є одним із важливих факторів жанротворення у мас-медіа. Тенденція глобалізації інформаційного простору, соціально-політичні, культурні, ментальні зміни у суспільстві зумовлюють подальший розвиток і трансформацію жанрової палітри українських мас-медіа: деякі жанри відходять на другий план, інші набувають нових стилістичних та структурних рис, з'являються нові жанрові форми.

Працюючи над нашим дослідженням, ми користувалися традиційним поділом жанрів журналістики на три групи – аналітичні (стаття, бесіда, огляд, кореспонденція і т. д.), інформаційні (зімтка, репортаж, інтерв'ю, звіт) та художньо-публіцистичні (есе, фейлетон, нарис, памфлет).

Стислий текст як різновид текстової організації мовлення став предметом вивчення вітчизняних та зарубіжних учених у другій половині ХХ ст. (Е. Алянська, Ш. Баллі, Н. Валгіна, О. Василевський, Т. Винокур, Н. Гетьман, Б. Дюндик, Ю. Емдіна, М. Зеліков, Н. Калашник, Л. Мурзін, О. Панченко, Л. Сахарний, Ю. Шепель та інші). Лінгвісти розглядають його структурні, семантичні, стилістичні особливості, засоби компресії стислих текстів.

Вживаючи термін «стислий текст» (далі – СТ), ми відштовхуємося від дефініції, яку сформулювала вітчизняний лінгвіст О. Панченко: «Стислий текст – це повідомлення, об'єктивоване подібно до будь-якого іншого тексту в письмовій формі, побудоване шляхом скорочення повного тексту або створене як первісно коротке, призначене за необхідності для подальшого розгортання у більш об'ємний текст» [6, с. 306]. Тобто, ми розглядаємо СТ як цілеспрямовано зменшений у об'ємі текст, який або був більш розгорнутим, або стане таким за певних умов.

За останні десятиліття СТ завдяки своєму прагматичному потенціалу значно розширили сферу свого функціонування в усіх видах людської діяльності: у офіційно-діловому спілкуванні (телеграми, телефакси, протоколи, резюме, постанови, звіти, смс-повідомлення і т. д.), у науковій діяльності (реферати, анотації, рецензії, конспекти, тези тощо), в освіті (словники, інструкції, довідкові видання і таке інше), у ЗМІ (замітка, коментар, звіт тощо).

Основними специфічними лінгвістичними та функційними ознаками стислих текстів у мас-медійному українському дискурсі є високий рівень стиснення об'єму тексту та конденсації повідомлюваної інформації. Конденсація інформації досягається за допомогою семантичної (скорочення інформаційної структури повідомлення, імпліцитна інформація, пресупозиції, імплікатури дискурсу, початкові передбачення питання) та стилістичної компресії (стилістичні фігури та тропи). Скоротити об'єм тексту також допомагають лексична (універбати, аббревіатури, усічені слова, телескопізми, іншомовні слова, фразеологізми, кальки, просторіччя), граматична (використання певних частин мови, заміщень), графічна (графічні скорочення, різні види шрифту, використання символів) та синтаксична (використання еліптичних, неповних, односкладних, парцельованих речень) види компресії. У СТ мас-медійного дискурсу використовується все різноманіття засобів компресії, на відміну від певних інших дискурсів – наукового, офіційно-ділового, професійного, де поява таких засобів конденсації інформації, як фразеологізмів, просторіч, телескопізмів,

парцельованих речень неприпустима з точки зору стилю. За багатством засобів компресовані медійні тексти можуть прирівнюватися до СТ художньої літератури, маючи однакові з ними не лише засоби створення конденсації інформації, але і низку схожих внутрішньотекстових функцій: оцінну, емоційну, впливу на свідомість, переконання. До провідних рис СТ ми відносимо багаторівневу компресію таких мовленнєвих творів (тобто поєднання різних видів компресії у одному творі) та кількаразове використання одного й того ж засобу конденсації, які забезпечують найвищий рівень компактності тексту в плані інформації та об'єму. Підвищена інформаційна насиченість сприяє мінімізації плану висловлення і зумовлює появу тексту меншого об'єму стосовно можливого первинного твору. Розглянемо для прикладу стислий текст:

### ***Рекорди від мільйонерів***

*За рівнем доходів мешканців Херсонщини знаходиться на одному з останніх місць в Україні. Та як не дивно, це геть не заважає «плодитися й розмножуватися» тут цілком легальним мільйонерам. У минулі роки свої доходи у шестизначних сумах декларували від одного до чотирьох громадян, торік їх було вже дев'ятнадцять. А за підсумками цьогорічної кампанії декларування маємо вже 41 мільйонера! Причому повідомили вони не про якісь там один-два мільйончики «на брата», а в сумі про 155,2 мільйони, наголошують у прес-службі Головного управління ДФС Херсонщини. Для області це – абсолютний рекорд («Голос України» №97, 4.06.15, с.11).*

Семантична конденсація виражається в цьому повідомленні у наявності імплікатур, пресупозицій, скороченні ряду елементів структури при вербалізації інформаційного ланцюжка: пропущено інформаційні елементи «чому» і «як»; лексична компресія здійснена за допомогою універбатів *шестизначний, торік, цьогорічний, прес-служба, один-два*, фразеологізмів *«плодитися й розмножуватися», «на брата»*, аббревіатури *ДФС*, слів іншомовного походження *рекорд, легальний, декларувати*, просторіччя *геть*; синтаксична компресія полягає у використанні вставної конструкції *Та як не*

дивно, безсполучникових складних речень, речення з непрямою мовою, неповного речення. Як бачимо, у стислих мас-медійних текстах використовуються різноманітні засоби конденсації одночасно, що дає змогу максимально стиснути семантичний та структурний плани повідомлення, зробити його динамічним, що надає тексту змістової щільності з одночасною глибиною. Інколи продуценти інформаційних повідомлень вдаються до особливого «телеграфного» стилю викладу матеріалу: **30-річний турист позашляховиком «Порш Каєн» врізався в пам'ятник «Якір-серце» в Одесі. 26 грудня їхав вул. Ланджеронівською. Не впорався з керуванням. 200-кілограмова бронзова скульптура переламалася біля основи. Пам'ятник встановили три роки тому. Уособлює новий туристичний логотип міста** («Газета по-українськи» №1 від 01.01.2016, с. 2). Автор використав лаконічні синтаксичні структури (в основному, односкладні речення), до складу яких входить мінімум структурних компонентів, необхідних для передачі інформації.

Особливості функціонування стислих текстів у мас-медійному дискурсі зумовлені також і екстралінгвістичними чинниками: прагненням видавців медіа розмістити якомога більшу кількість інформації на одній одиниці площі, створити тексти найбільш компактні і привабливі для споживачів, які живуть у стані постійної нестачі часу, підняти рейтинг видання за рахунок збільшення кількості вміщених різноманітних матеріалів у одному випуску.

Аналізуючи стислі тексти в українському мас-медійному дискурсі, ми зафіксували, що до їхнього корпусу входять такі жанрові різновиди, як :

- інформаційні: замітка, звіт, заголовок, хроніка, дайджест, підпис до фото, програми (телебачення, кіно, театру і т. д.), прогноз погоди;
- аналітичні: рецензія, коментар, кореспонденція;
- художньо-публіцистичні: анекдот, усмішка, афоризм, жарт.

Зазначені мас-медійні жанри відносимо до стислих текстів, спираючись на ряд характеристик, притаманних цим творам: у них знаходимо високий рівень компресії тексту на структурному та семантичному рівнях і згорнений формально-структурний план.

До мас-медійного дискурсу шалено увірвалися та розширили сферу свого побутування два відмінні за більшістю видових ознак дискурси, без яких сучасні ЗМІ важко уявити – рекламний та розважальний. На сторінках газет, в інтернет-виданнях активно розміщують тексти вказаних дискурсних різновидів відповідно до різних завдань, що їх ставлять перед собою видавці: заробляння грошей на рекламі, підвищення рейтингу та накладу видання, залучення більшої кількості споживачів. СТ знаходимо в таких жанрових різновидах:

- рекламні: реклама, оголошення, слоган, гасло, заклик, анонс;
- розважальні: гороскоп, рецепт, карикатура, тревел-звіт, тест, вікторина.

Окрім своїх основних жанрово-стильових функцій (комунікативної, інформування, аналізу, художнього відтворення дійсності), стислим текстам у мас-медіа притаманні й специфічні функції, серед яких ми можемо перерахувати такі: екстралінгвістичні причини появи таких творів; особливий підхід до їх творення (врахування не лише жанрової структури, але і приділення високої уваги вибору засобів компресії, від чого буде залежати рівень інформаційної насиченості тексту); привернення уваги реципієнта повідомлення; СТ слугують найпоширенішим засобом оперативного інформування; вони найбільш привабливі для широкого кола реципієнтів (більшість споживачів інформації віддають перевагу СТ у ЗМІ).

Проаналізувавши жанрову специфіку стислих текстів українського мас-медійного дискурсу, ми прийшли до висновків про те, що ці твори належать до широкої палітри жанрів вітчизняних ЗМІ: замітка, звіт, заголовок, хроніка, дайджест, підпис до фото, заголовок, коментар, кореспонденція, анекдот, усмішка, жарт тощо. Основними жанрово-стильовими та лінгвістичними ознаками СТ є високий рівень згорнення об'єму тексту та конденсації повідомлюваної інформації, який досягається за допомогою численних засобів семантичної, стилістичної, лексичної, синтаксичної, граматичної, графічної компресії. До специфічних функцій СТ належать: екстралінгвістичні причини появи таких творів; особливий підхід до їх творення; привернення уваги

реципієнта повідомлення. Перспективу подальших досліджень ми вбачаємо в аналізі різновидів стислих текстів українського мас-медійного дискурсу.

### **БІБЛІОГРАФІЯ**

1. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования в современной английской медиаречи) / Т. Г. Добросклонская. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
2. Durant A. Language and Media: a resource book for students / A. Durant, M. Lambrou. – Abingdon: Routledge, 2009. – 269 p.
3. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. [2-ге вид., перероб. і допов.] / В. Й. Здоровега — Львів : ПАІС, 2004. — 268 с.
4. Ким М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004. – 336 с.
5. Кульбабська О. Стилiстичнi характеристики заголовка як прагматичного знака журналістського тексту / Кульбабська О., Остафійчук І. // Актуальні проблеми синтаксису: Матеріали міжнародної наукової конференції / [Укл. : Ніна Гуйванюк (наук.ред) та ін.]. — Чернівці : Рута, 2006. — С. 298–303.
6. Панченко Е. И. Лингвистика сжатого текста (на материале современного русского языка) : дис...д-ра филол. наук: 10.02.02 / Е. И. Панченко. – Днепропетровск : ДГУ, 1998. – 380 с.
7. Солганик Г. Я. О новых аспектах изучения языка СМИ / Г. Я. Солганик // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – 2000. – № 3. – С. 31–39.
8. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: [учебное пособие для вузов] / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 312 с.

### **ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА**

**Ірина Мірошниченко** – викладач кафедри іноземних мов Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. академіка В. Лазаряна.

Наукові інтереси: мас-медійний дискурс, медіалінгвістика, проблематика стислого тексту, конденсація інформації.