

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

На правах рукопису

КІЙКО Юрій Євгенович

УДК 81-116+[811.112.2+811.161.2]'42:070+81'33

**ФРАКТАЛЬНЕ МОДЕЛЮВАННЯ
ІНВАРІАНТНО-ВАРІАНТНОЇ СТРУКТУРИ МЕДІАТЕКСТІВ
У НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ**

10.02.17 – порівняльно-історичне і типологічне мовознавство

10.02.21 – структурна, прикладна та математична лінгвістика

Дисертація

на здобуття наукового ступеня

доктора філологічних наук

Науковий консультант

Володимир Іванович Кушнерик

доктор філологічних наук, професор

Чернівці – 2017

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	7
ВСТУП	9
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ІНВАРІАНТНО-ВАРІАНТНОЇ СТРУКТУРИ МЕДІАТЕКСТІВ ІЗ ПОЗИЦІЙ СТРУКТУРНО- ТИПОЛОГІЧНОГО, КОГНІТИВНО-ДИСКУРСИВНОГО І ФРАКТАЛЬНОГО ПІДХОДІВ.....	25
1.1. Текст як комунікативна одиниця.....	25
1.1.1. До поняття "текст"	28
1.1.2. Текст vs. дискурс.....	33
1.1.3. Типологія текстів.....	36
1.2. Текст як об'єкт інтерлінгвального порівняння	43
1.3. Медіатекст як об'єкт дослідження	48
1.3.1. Ситуативність медіатекстів.....	50
1.3.2. Жанри друкованих медіа	58
1.3.3. Макроструктурні компоненти медіатексту.....	69
1.4. Інформаційна структура тексту	72
1.5. Текст як фрактальне явище.....	87
Висновки до розділу 1	95
Розділ 2. МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА КОНСТРУЮВАННЯ ФРАКТАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ ПАРАЛЕЛЬНИХ МЕДІАТЕКСТІВ У НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ	98
2.1. Матеріал дослідження	98
2.1.1. Німецький і український медіаландшафти.....	98
2.1.1.1. <i>Berliner Zeitung</i>	101
2.1.1.2. <i>День</i>	101
2.1.2. Інтернет-версії німецьких і українських щоденних газет.....	102
2.2. Методи дослідження	108

2.2.1. Статистичні методи дослідження	118
2.2.2. Метод моделювання.....	121
2.2.3. Методика дослідження	123
2.3. Німецький й український зовнішньополітичні дискурси: жанровий аспект	126
Висновки до розділу 2	130
РОЗДІЛ 3. КОНСТРУЮВАННЯ ФРАКТАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ ІНВАРІАНТНО-ВАРІАНТНОЇ СТРУКТУРИ НІМЕЦЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ МЕДІАТЕКСТІВ	
3.1. Фрактальні моделі інваріантних структур німецьких і українських медіажанрів	132
3.2. Німецька й українська замітки	134
3.2.1. Макроструктура замітки	137
3.2.1.1. α -фрактал замітки.....	138
3.2.1.2. ω -фрактал замітки	141
3.2.2. Мікроструктура замітки	142
3.2.2.1. Синтаксичний рівень	142
3.2.2.2. Лексико-семантичний рівень	151
3.2.2.3. Риторико-стилістичні характеристики.....	152
3.2.3. Невербальний аспект	153
3.3. Німецька й українська інформаційні статті	154
3.3.1. Попередні зауваги	154
3.3.2. Макроструктура інформаційної статті.....	156
3.3.2.1. α -фрактал інформаційної статті.....	157
3.3.2.2. ω -фрактал інформаційної статті	162
3.3.3. Мікроструктура інформаційної статті	166
3.3.4. Невербальний аспект	170
3.4. Німецька й українська кореспонденції	172
3.4.1. Попередні зауваги	173

3.4.2. Макроструктура кореспонденції	176
3.4.2.1. α -фрактал кореспонденції	177
3.4.2.2. ω -фрактал кореспонденції	184
3.4.3. Мікроструктура кореспонденції	188
3.4.4. Невербальний аспект	194
3.4.5. Інформаційний аспект	195
3.5. Німецьке й українське синоптичні повідомлення	214
3.5.1. Попередні зауваги	214
3.5.2. Попередні дослідження	215
3.5.3. Зіставлення німецького й українського синоптичних повідомлень	217
3.6. Німецьке й українське друковане інтерв'ю	223
3.6.1. Попередні дослідження	224
3.6.2. Друковане інтерв'ю як медіатекст	225
3.6.3. Макроструктура текстів-інтерв'ю	227
3.6.3.1. α -фрактал текстів-інтерв'ю	229
3.6.3.2. φ -фрактал текстів-інтерв'ю	234
3.6.3.3. ω -фрактал текстів-інтерв'ю	237
3.6.4. Мікроструктура текстів-інтерв'ю	247
3.6.5. Лінгвокультурологічний аспект	250
3.6.6. Невербальний аспект	251
3.7. Німецькі тексти-коментарі	254
3.7.1. Попередні дослідження	255
3.7.2. Макроструктура тексту-коментаря	255
3.7.2.1. α -фрактал тексту-коментаря	256
3.7.2.2. ω -фрактал тексту-коментаря	258
3.7.3. Мікроструктура текстів-коментарів	259
3.7.4. Невербальний аспект	262
3.8. Німецько-українські жанрові контрасти	263
3.8.1. Попередні зауваги	263

3.8.2. Заголовковий блок інформаційних медіатекстів	264
3.8.2.1. Заголовок у німецьких медіатекстах	266
3.8.2.2. Заголовок в українських медіатекстах	267
3.8.2.3. Підзаголовок у медіатекстах	267
3.8.3. Основний текст інформаційних медіатекстів	269
3.8.4. Заголовки в різнотипних медіажанрах	272
3.9. Фрактальність інформаційних текстів	282
Висновки до розділу 3	288
Розділ 4. КІЛЬКІСНО-СТАТИСТИЧНЕ ОБЧИСЛЕННЯ МАРКЕРІВ- ДОМІНАНТ КАТЕГОРІЙ РЕФЕРЕНЦІЙНОСТІ, ЕВІДЕНЦІЙНОСТІ ТА ТЕМПОРАЛЬНОСТІ У НІМЕЦЬКИХ І УКРАЇНСЬКИХ МЕДІАТЕКСТАХ	
4.1. Референційність у німецьких і українських медіатекстах	297
4.1.1. Попередні зауваги	297
4.1.2. Попередні дослідження	298
4.1.3. Розподіл онімів у медіатекстах	299
4.1.4. Вживання антропонімів і топонімів у німецьких і українських медіатекстах	305
4.2. Евіденційність у німецьких і українських медіатекстах	313
4.2.1. Попередні зауваги	313
4.2.2. Евіденційність у німецьких медіатекстах	318
4.2.3. Евіденційність в українських медіатекстах	327
4.2.4. Вживання евіденційних маркерів у німецьких і українських медіатекстах	336
4.3. Темпоральність німецьких і українських медіатекстах	339
4.3.1. Попередні зауваги	339
4.3.2. Вираження темпоральності у замітці	340
4.3.3. Вираження темпоральності в інформаційній статті	347
4.3.4. Вираження темпоральності в інтерв'ю	352

4.3.5. Жанрові контрасти темпоральності	359
Висновки до розділу 4	366
ВИСНОВКИ.....	369
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	373
СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ.....	433

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

А – абзац

АМ – авторський маркер

англ. – англійська мова

ГУ – Голос України

див. – дивіться

З – заголовок

ЕР – еліптичне речення

Л – лід

напр. – наприклад

НЗ – надзаголовок

нім. – німецька мова

НР – номінативне речення

ПГР – паратактично-гіпотактичне речення

ПЗ – підзаголовок

ПМ – пряма мова

пор. – порівняйте

ПР – просте речення

ПрЗ – проміжний заголовок

с.д. – середня довжина

СПР – складнопідрядне речення

ССР – складносурядне речення

Т – текст

табл. – таблиця

рос. – російська мова

укр. – українська мова

BZ – Berliner Zeitung

DT – Der Tagesspiegel

DW – Die Welt

FAZ – Frankfurter Allgemeine Zeitung

Ind. – Indikativ

Konj. – Konjunktiv

SZ – Süddeutsche Zeitung

taz – die Tageszeitung

ВСТУП

Дисертація присвячена вивченню фрактального моделювання інваріантно-варіантної структури медіатекстів у німецькій та українській мовах, що сконструйовані як різномасштабні рекурентні когнітивно-семіотичні утворення в сучасному глобальному інформаційному просторі й відображають об'єктивно-суб'єктивні уявлення представників німецьких та українських мас-медіа про зовнішньополітичну і синоптичну сфери, які найбільшою мірою впливають на повсякденне життя німців і українців.

Сучасна *контрастивна медіагенологія* як полідисциплінарна наука перебуває у стадії свого становлення, теоретико-методологічна база якої ґрунтується на основоположних засадах праць із *теорії тексту* (І.А. Бехта, М.П. Брандес, Н.С. Валгіна, І.Р. Гальперін, О.І. Москальська, Т.В. Радзієвська, З.Я. Тураєва, В.Є. Чернявська, R.-A. de Beaugrande, K. Brinker, E. Coseriu, T.A. van Dijk), *лінгвістичної генології* (Ф.С. Бацевич, М.М. Бахтін, В.В. Дементьєв, Chr. Fandrych, Chr. Gansel), *медіалінгвістики* (Т.Г. Добросклонська, Л.Р. Дускаєва, Л.П. Іванова, М.А. Жовтобрюх, В.Й. Здоровега, В.В. Різун, К.С. Серажим, Г.Я. Солганик, О.О. Тертичний, Л.І. Шевченко, Т.В. Шмельова, Н. Burger, Н. Lenk, Н. Lüger, D. Perrin, F. Simmler, E. Straßner) та *контрастивної лінгвістики* (Р.В. Васько, С.П. Денисова, О.В. Деменчук, Ю.О. Жлуктенко, А.В. Корольова, В.І. Кушнерик, Н.В. Петлюченко, Й.А. Стернін, І.В. Ступак, R. Hartmann, W.-D. Krause, B. Spillner та інші).

Витоки *контрастивної генології* сягають праць Р. Гартмана, зокрема його монографії "Contrastive textology" (в якій учений започаткував *тексто- і дискурсоцентричний* напрями, наголошуючи на тому, що аналіз дискурсу без зіставлення є неповним, як і контрастивний аналіз без текстової бази), а також ідей Б. Шпільнера, викладених у доповіді "Textsorten im Sprachvergleich. Ansätze zu einer kontrastiven Textologie". Принциповим методологічним положенням у текстозорієнтованих контрастивних студіях є дотримання основної умови їхнього зіставлення – жанрової відповідності, оскільки аналіз паралельних текстів одного

жанру, що створюються в різних мовних середовищах, передбачає реконструкцію зв'язків між екстралінгвальними факторами та їх мовним відображенням.

На початковому етапі становлення контрастивної генології об'єктом зіставного аналізу були невеликі стандартизовані тексти (анотація – Н. Oldenburg, некролог – Е.М. Eckkrammer, М.-Л. Piitulainen, К. Reiss, синоптичне повідомлення – D. Hoch, В. Spillner, заголовок – Н. Stammerjohann). Згодом фокус наукової уваги змістився на зіставлення вузькофахових видів текстів у медичній (І.-А. Busch-Lauer, С. Weinreich), юридичній (J. Engberg, L. Peotta), технічній (S. Görferich, Е.С. Trumpp) та інших сферах, зумовлених практичними потребами фахової комунікації і перекладу.

З підвищенням ролі мас-медіа в сучасному політичному, економічному, культурному та соціальному житті глобалізованого світу актуалізувався науковий інтерес до вивчення *медіатекстів* власне у лінгвістиці, які спершу досліджували на матеріалі однієї мови: у *лексико-семантичному* (Т.Г. Добросклонська, Г.Я. Солганик, Л.І. Шевченко, Н. Burger, Н. Lüger), *прагматичному* (W. Holly, T. Schröder), *прикладному* (Т.О. Грязнухіна, Ф.О. Нікітіна, Л.В. Орлова, В.С. Перебийніс, М.М. Пещак, І.П. Севбо, Е.Ф. Скороходько, Н. Lenk) аспектах.

Результатом лінгвістичних та інших студій (з царини соціальної комунікації) стали різні витлумачення медіатекстів: по-перше, як стандартизованої когерентної послідовності вербальних і невербальних знаків, що виконують разом комунікативну функцію в засобах масової комунікації (К. Brinker, Н. Lüger); по-друге, як утворень, що характеризуються актуальністю, оперативністю, практичною спрямованістю, вторинністю, інтертекстуальністю, деспеціалізацією, орієнтацією на фонові знання реципієнта, стислістю та циклічною повторюваністю тем і функціонують на тлі їхніх дублетних термінологічних дескрипцій: масово-комунікативний, журналістський, публіцистичний, газетний, рекламний, телевізійний, Інтернет-текст (В.Й. Здоровега, К.С. Серажим, А.Д. Швейцер та ін.). Останнім часом домінує *семіотичне розуміння медіатексту* (Г.Я. Солганик), адже при текстотворенні у

сфері мас-медіа відбувається генерування нових смислів за рахунок інших знакових систем (Т.Г. Добросклонська).

Серед перспектив аналізу таких текстів дослідники знову відзначили **зіставний вектор**, одним із завдань якого є забезпечення ефективності міжкультурного спілкування, а також **прикладний**, зумовлений необхідністю створення як систем автоматичної обробки тексту, так і нагальними потребами методики викладання іноземної мови, зокрема укладанням нових навчальних підручників із урахуванням лінгвокультурної жанрової диференціації (Chr. Fandrych).

Щодо зіставних досліджень медіатекстів, то їх почали виконувати на матеріалі німецької і англійської (U. Dirks, M. Luginbühl) / німецької і китайської (Q. Chen, W. Renbai, Zh. Qiu) / німецької і російської (А.І. Арсланова) / німецької і фінської (H. Kohvakka) / німецької і французької (H. Lüger, B. Spillner) / німецької і шведської (M. Carlsson) / німецької і японської мов (S. Adachi-Bähr). У німецькій і українській мовах (О.О. Саламатіна) зіставлено функціональні й прагматичні ознаки окремих медіажанрів, насамперед, для виявлення національно-культурних відмінностей. У науково-прикладному плані не до кінця розв'язаною залишається проблема здобуття та обробки інформації з метою анотування й реферування текстів, автоматичного редагування й інформаційного пошуку (Н.П. Дарчук). Безпосередньо ж для зіставних студій прикладний їх характер пов'язаний із перекладознавчою проблематикою, яка й донині перебуває на етапі пошуку більш ефективних перекладацьких рішень для коректної інтерпретації полікодовості паралельних текстів (H. Lenk, B. Spillner).

Така міждисциплінарна спрямованість зіставно-прикладного аспекту вивчення паралельних медіатекстів вписується у нову лінгвосинергетичну парадигму (К.І. Белоусов, Т.І. Домброван, А.А. Зернецька, С.М. Єнікєєва, С.В. Кійко, Г.Г. Москальчук, Р.Г. Піотровський, Л.С. Піхтовнікова, Г. Хакен, R. Köhler), де однією з продуктивних моделей їхнього конструювання є **фрактальна модель** (О.Л. Гармаш, Т.І. Домброван, С.М. Єнікєєва, Г.С. Онуфрієнко, І.М. Пономаренко, В.В. Тарасенко, Ю.Ю. Шамаєва, M. Birsen,

U. Fix), що відкриває простір для вирішення складних проблем у нелінійних системах природничих і гуманітарних знань. Власне у лінгвістиці поступово реалізують принципи фрактального моделювання (С.А. Жаботинська, Я.В. Капранов, Г.Г. Москальчук, Н. Ноерфнер та ін.) як способу унаочнення складних явищ, а також як інструмента, що полегшує розуміння й сприйняття масштабної інваріантності мовних явищ загалом та медіатекстів зокрема (Н.-W. Eroms).

Актуальність теми дисертації зумовлена її спрямуванням на вивчення когнітивних процесів породження інформації представниками мас-медіа – носіями різних мов, які відображають схеми їхнього національно-мовного й медійного мислення з огляду на установки конкретного соціуму. Поєднання лінгвосинергетичного, зокрема фрактального, і структурно-прикладного підходів до моделювання інваріантно-варіантної структури медіатекстів німецької та української мов видається необхідним для реконструкції як універсальних механізмів їхнього творення, так й унікальних, зумовлених національним контентом друкованих видань Німеччини й України. Кількісно-статистичне обчислення частоти вживання мовних засобів – маркерів категорій референційності, евіденційності й темпоральності у німецьких та українських медіатекстах – сприятиме, з одного боку, встановленню тенденцій їх домінування в кожному інваріантному медіажанрі та представленню варіантної фрактальної будови цих текстів, а з іншого, визначенню ступеня адекватності декодування інформації читачами друкованих видань.

Гіпотеза дослідження полягає у тому, що інформаційна структура медіатекстів у німецькій і українській мовах має, з одного боку, універсальний фрактальний принцип будови, який полягає у різномасштабній рекурсивній інформаційній самоподібності варіантної структури медіатекстів до структури інваріантного медіажанру, а з іншого, – демонструє національно-культурні відмінності у способах і засобах моделювання варіантних фракталів, зумовлених як граматичною будовою кожної мови, так і політичними, економічними та

соціальними реаліями, які впливають на мас-медійний простір німецького й українського соціумів.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана в рамках наукової теми кафедри германського, загального і порівняльного мовознавства Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича "Семантичні, синтагматичні та парадигматичні властивості різнорівневих одиниць у германських мовах" (номер державної реєстрації: 0111U003620). Тема дисертації затверджена на засіданні вченої ради Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (протокол № 2 від 31 березня 2011 року), перезатверджена на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.053.26 (протокол № 9 від 15 грудня 2016 р.).

Метою дисертації є фрактальне моделювання інваріантно-варіантної структури медіатекстів інформаційного, аналітичного та інформаційно-аналітичного жанрів у німецькій та українській мовах шляхом реконструкції способів і засобів побудови початкового (заголовкового), проміжного (ліду) й основного блоків та обчислення домінантних для кожного жанру категорій референційності, евіденційності й темпоральності.

Поставлена мета передбачає розв'язання таких **завдань**:

– систематизація наявних у різних сферах гуманітарного знання теоретичних результатів із вивчення текстів та досвіду конкретного застосування цих положень до наукової інтерпретації медіатекстів крізь призму лінгвосинергетичного підходу;

– узагальнення наявних типологій медіатекстів у німецькій та українській мовах і представлення їх макроструктурних складників із позицій фрактальної будови;

– розробка методологічної бази для конструювання фрактальних моделей паралельних медіатекстів у німецькій та українській мовах;

– конструювання фрактальних моделей інваріантно-варіантної структури зовнішньополітичних і синоптичних медіатекстів інформаційних, аналітичних та інформаційно-аналітичних медіажанрів у німецькій та українській мовах;

– реконструкція способів і засобів побудови заголовків як початкових фракталів у варіантних різножанрових медіатекстах німецької та української мов;

– обчислення частоти вживання і статистичних показників синтаксичних конструкцій, онімів, евіденціалів та дієслівних часових форм на основі критерію χ^2 -квадрат, коефіцієнта взаємної спряженості Чупрова, коефіцієнта лінійної кореляції у німецьких і українських медіатекстах;

– ідентифікація спільних і відмінних доміантних для інваріантно-варіантних медіатекстів категорій референційності, евіденційності й темпоральності, які корелюють із жанровою належністю текстів та їх фрактальною будовою;

– візуалізація й унаочнення кількісно-статистичних обчислень результатів зіставного дослідження інваріантно-варіантної структури медіатекстів німецької й української мов у схемах, таблицях і діаграмах.

Об'єктом дослідження є паралельні медіатексти зовнішньополітичної і синоптичної тематики у щоденних німецькомовних і україномовних друкованих виданнях.

Предмет дослідження становить процедура побудови інваріантно-варіантної структури медіатекстів зовнішньополітичної і синоптичної тематики та її фрактальне моделювання в німецькій та українській мовах.

Джерельною базою дослідження є щоденні німецькомовні (*Berliner Zeitung, Der Tagesspiegel, die Welt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, taz*) й україномовні (*День, Голос України*) друковані видання 2002–2015 років.

Фактичний матеріал дисертації становлять 2600 паралельних медіатекстів зовнішньополітичної і синоптичної тематики (1450 у німецькій мові і 1150 – в українській, в якій відсутні відповідники німецьких щоденних зовнішньополітичних коментарів: 200 синоптичних повідомлень, 300 текстів-інтерв'ю, 600 заміток, 600 інформаційних статей, 600 кореспонденцій у двох мовах та 300 коментарів – у німецькій мові). До реєстру текстів включено паралельні медіатексти, що виконують однакову функцію у двох

мовнокультурних середовищах, інформує читачку аудиторію про зовнішньополітичні події та погоду.

Методи дослідження. На основі методологічних принципів антропоцентризму, культурного детермінізму, текстоцентризму, а також принципу синергетичної системності, в дисертації застосовано як загальнонаукові (формально-логічні методи наукового пізнання: індукція, дедукція, синтез; метод теоретичного узагальнення), так і спеціальні лінгвістичні методи і прийоми:

1) **структурної лінгвістики** (*метод моделювання* – для абстрактного формалізованого й ідеалізованого унаочнення структури інваріанта та варіантів медіатекстів; *компонентний аналіз* – для виявлення семної структури модальних слів у німецьких та українських медіатекстах, а також семантичної таксономії референтів; *дистрибутивний* – для встановлення сполучувальних потенцій онімів із іншими компонентами німецьких і українських медіатекстів; *трансформаційний* – для аналізу евіденційних синтаксичних моделей у німецькій мові);

2) **медіалінгвістики** (*тексто-типологічний аналіз* – для ідентифікації та систематизації зовнішньополітичних і синоптичних медіатекстів у німецькій та українській мовах; *контекстуально-інтерпретаційний аналіз* – для встановлення маркерів соціокультурного контексту медіатекстів; *багаторівневий текстовий аналіз*, що включає різні рівні аналізу медіатекстів: *функціональний* – для визначення їхньої мети, *ситуативний* – локальної і темпоральної належності, *тематичний* – змістової спрямованості, *якісний* – мовних характеристик, *семіотичний* – для аналізу знаків інших семіотичних систем; елементи *дискурс-аналізу* – для представлення окремо взятої події у двох мовнокультурних середовищах);

3) **прикладної та математичної лінгвістики** (*критерій χ^2 -квадрат* – для встановлення статистичних характеристик синтаксичних конструкцій, онімів, евіденціалів та дієслівних часових форм у німецьких та українських медіатекстах; *коефіцієнт взаємної спряженості Чупрова K* – для обчислення зв'язку між отриманими величинами χ^2 -квадрат; *кореляційний аналіз* – для

визначення ступеня (від 0 до 1) і характеру зв'язку (позитивний чи негативний) між розподілами синтаксичних конструкцій та груп власних назв у досліджуваних медіатекстах; *статистична програма TextStat 2* – для вимірювання частоти вживання тематичних лексем у німецьких і українських текстах-інтерв'ю);

4) **зіставної лінгвістики** (*зіставний метод* передбачав виконання таких процедур: визначення *tertium comparationis* – основи зіставлення паралельних медіатекстів інформаційних, аналітичних та інформаційно-аналітичних медіажанрів у німецькій та українській мовах; зіставної інтерпретації мовного матеріалу та встановлення спільних і відмінних типологічних характеристик досліджуваних текстів), що виявилися ефективними для виконання поставлених у роботі завдань.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що в дисертації *уперше розроблено нову* теоретико-методологічну концепцію для моделювання інваріантно-варіантної структури медіатекстів, яка ґрунтується на універсальному принципі фрактальної будови навколишнього світу та його об'єктів; *запропоновано* нове визначення фрактальної моделі як теоретичного конструкту, що унаочнює розгортання теми в медіатекстах інформаційного, аналітичного та інформаційно-аналітичного жанрів, зокрема в початковому (заголовковий), проміжному (лід, зачин) і основному блоках, в основі яких лежить їх "різномасштабна рекурсивна структурна самоподібність" (Б. Мандельброт); *уточнено* визначення медіатекстів як складних семіотичних різножанрових утворень, сконструйованих за інваріантно-варіантними фрактальними моделями у німецькій та українській мовах; *ідентифіковано* два типи медіатекстів за тематикою: зовнішньополітичні і синоптичні, представлені трьома інваріантними структурами (інформаційною: замітка, інформаційна стаття, кореспонденція, синоптичне повідомлення; аналітичною: коментар; інформаційно-аналітичною: інтерв'ю); *змодельовано* варіантні конструкти ситуативно паралельних німецьких і українських медіатекстів, які мають дво- (α - і ω -фрактали: замітка, синоптичне повідомлення, коментар) та трифрактальну (α -, φ - та ω -фрактали: інформаційна

стаття, кореспонденція й інтерв'ю) будову. До наукового інструментарію зіставної медіалінгвістики *введено* дескрипцію "інтер- й інтражанрова фрактальність" для позначення текстових структурних відношень.

Замітка, інформаційна стаття і кореспонденція перебувають в інтержанрових фрактальних відношеннях. Заголовковий блок як початковий фрактал конкретного варіантного медіатексту залежить від його інтражанрової належності в зіставляваних мовах. *Виявлено* домінантні для інваріантно-варіантних медіатекстів категорії референційності, евіденційності й темпоральності, які корелюють із жанровою належністю текстів та їх фрактальною будовою.

Категорія референційності є домінантною у всіх медіатекстах і має переважно спільні способи вираження референта у зіставляваних мовах: *номінація* референта на основі прізвища в α -фракталі; *ідентифікація* – у ϕ -фракталі (офіційна посада + ім'я + прізвище), *деталізація* – в ω -фракталі (ім'я + прізвище, прізвище, апелятиви, займенникові маркери). *Диференційовано три ступені* частоти вживання референтних позначень у паралельних медіатекстах: **високий** – географічні назви у замітках (нім. – 57 % / укр. – 49 %), кореспонденціях (нім. – 46 % / укр. – 53 %), інтерв'ю (нім. – 36 % / укр. – 54 %), коментарях (нім. 39 %); **середній** – назви істот у замітках (нім. – 23 % / укр. – 31 %), кореспонденціях (нім. – 34 % / укр. – 26 %), інтерв'ю (нім. – 26 % / укр. – 19 %), коментарях (нім. 26 %); а також назви установ і організацій у замітках (нім. – 18 % / укр. – 14 %), кореспонденціях (нім. – 17 % / укр. – 15 %), інтерв'ю (нім. – 35 % / укр. – 21 %), коментарях (нім. 22 %); **низький** – назви речей і подій у замітках (нім. – 2 % / укр. – 6 %), кореспонденціях (нім. – 5 % / укр. – 6 %), інтерв'ю (нім. – 3 % / укр. – 6 %), коментарях (нім. 13 %).

Категорія евіденційності домінує в інформаційно-аналітичних медіатекстах і має переважно спільні засоби вираження евіденційних маркерів у зіставляваних мовах: складнопідрядні речення з дієсловами комунікативної і ментальної діяльності в головному реченні, пряме мовлення, цитація, прийменникові конструкції, модальні слова, синтаксичні конструкції зі сполучником *wie / як*.

Відмінні засоби характерні для німецької мови: квотативний кон'юнктив, модальні дієслова з подвійною дейктичністю. *Доведено*, що інформаційним медіатекстам притаманна репортативна евіденційність, а аналітичним – інференційна евіденційність. *Установлено* загальну тенденцію для фрактальної будови інформаційних медіатекстів обох мов: зі збільшенням обсягу тексту зростає частка інференційних евіденціалів і зменшується частка репортативних евіденціалів.

Ідентифіковано спільні темпоральні домінанти для інваріантних фракталів та відмінне відсоткове співвідношення в окремих варіантах – медіатекстах: в інформаційних медіатекстах домінує минулий час (замітка: нім. – 54 % / укр. – 71 %; інформаційна стаття: нім. – 67 % / укр. – 66 %), менш уживаним є теперішній (замітка: нім. – 35 % / укр. – 18 %; інформаційна стаття: нім. – 32 % / укр. – 29 %) і зрідка вживаними є форми майбутнього часу (замітка: нім. – 1 % / укр. – 11 %; інформаційна стаття: нім. – 1 % / укр. – 5 %); в інформаційно-аналітичних, навпаки, – теперішній (нім. – 74 % / укр. – 67 %), минулий (нім. – 23 % / укр. – 18 %) та майбутній (нім. – 3 % / укр. – 15 %) часи; у німецькому аналітичному інваріанті – теперішній (64 %), минулий (33 %) та майбутній (3 %). Для фрактальної моделі інформаційних медіатекстів обох мов характерний такий темпоральний розподіл: α -фрактал – теперішній / минулий часи, φ -фрактал – минулий / теперішній / майбутній, ω -фрактал – минулий / теперішній / майбутній; для інформаційно-аналітичної: α -фрактал – теперішній / минулий часи, φ -фрактал – теперішній / минулий, ω -фрактал – теперішній / минулий / майбутній; для аналітичної: α -фрактал – теперішній / минулий часи, ω -фрактал – теперішній / минулий / майбутній. Кількісно-статистичні обчислення продемонстрували, що в німецькій замітці сигніфікативні результати отримано для минулого часу ($\chi^2 = 4,34$ при мінімальній значущості 3,84, $K = 0,17$), у німецькому інтерв'ю – для теперішнього часу ($\chi^2 = 14,19$, $K = 0,31$), а в українському інтерв'ю – для майбутнього часу ($\chi^2 = 5,99$, $K = 0,20$).

Зміст дисертаційної роботи сформульовано у таких основних **положеннях, які винесено на захист:**

1. Сучасна контрастивна медіагенологія демонструє тенденції, характерні для нової лінгвосинергетичної парадигми, а також спирається на здобутки попередніх наукових парадигм: порівняльно-історичної і типологічної, структурної та когнітивно-дискурсивної. Фрактальність як принцип моделювання різномасштабної структурної самоподібності об'єкта наукового спостереження дає змогу по-новому представити таку макрознакову одиницю, як медіатекст, на основних етапах його змістового конструювання – від заголовка до кінцевого семіотичного продукту.

2. Зовнішньополітичні й синоптичні медіатексти є складними когнітивно-семіотичними креолізованими конструктами з фрактальним принципом будови, які реалізуються в мовно-медійній практиці в інваріантно-варіантних формах, де інваріантом виступають (за домінантною функцією) інформаційний, аналітичний й інформаційно-аналітичний жанри, а їх варіантами (за форматом – обсягом і архітектонікою) – замітки, інформаційні статті, кореспонденції, синоптичні повідомлення, інтерв'ю та коментарі.

3. Залежно від формату ідентифіковано дво- або трифрактальні моделі інформаційного, інформаційно-аналітичного й аналітичного медіажанрів. Такі варіанти інформаційного інваріанта, як замітка, інформаційна стаття і кореспонденція перебувають в міжваріантних фрактальних відношеннях, що вказує на універсальність принципу побудови різномасштабних медіатекстів. Це зумовлено, насамперед, ситуативними чинниками медійної сфери, коли створення інформаційних текстів відбувається на основі факту первинної фіксації події, її актуальності в конкретний момент повідомлення.

4. Для замітки як малоформатного інформаційного жанру в німецькій і українській медіапратиках характерна двофрактальна структура. У початковому α -фракталі за принципом мовної економії конструюється інформаційне ядро повідомлення, оформлене переважно простим реченням (нім. 51,5 % / укр. 79,3 %) з базовими даними про ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ, ЯК, ЧОМУ. У кінцевому ω -фракталі відбувається стисле розгортання цієї інформаційної структури новини простими (нім. 61,4 % / укр. 38,2 %) та складнопідрядними (нім. 31,8 % / укр.

48,6 %) реченнями. Відмінністю української замітки є її удвічі більший обсяг і композиційна варіативність, зумовлена екстралінгвальними чинниками.

5. Німецькі й українські інформаційні статті побудовано за трифрактальною моделлю: α -фрактал – заголовковий блок, φ -фрактал – проміжний інформаційний блок, що стисло висвічує початковий фрактал, та ω -фрактал, де відбувається повне інформаційне розгортання основної новини за принципом оберненої піраміди.

У німецькій мові сигніфікативні показники встановлено для простих речень ($\chi^2 = 9,34$, $K = 0,11$), а в українській – для паратактично-гіпотактичних ($\chi^2 = 9,77$, $K = 0,11$) і складносурядних речень ($\chi^2 = 4,53$, $K = 0,07$). У німецькому варіанті адресанти дотримуються конвенційних вимог інформаційного жанру, уникаючи експліцитного вираження суб'єктивної модальності, на відміну від українського, де простежуються аналітичні елементи. У цьому можна вбачати тенденцію до аналітичності інваріантної структури інформаційної статті в українській мові.

6. Найбільшим варіантним форматом інформаційного жанру є німецькі й українські кореспонденції, побудовані за трифрактальною моделлю, для яких характерна різноманітність при розгортанні новини в останньому фракталі з метою спонукання адресата до ознайомлення з цілим текстом, на відміну від інформаційної статті та замітки. В α -фракталі цієї варіантної моделі адресанти намагаються зацікавити адресатів новиною через подання неповної інформації за допомогою використання номінативних синтаксичних конструкцій (нім. 66,7 % / укр. 63,3 %). У кінцевому фракталі обох медіапрактик простежується загальна тенденція до поєднання інформаційного й аналітичного викладу матеріалу. При цьому в українській мові статистично значущі показники отримано для складнопідрядних ($\chi^2 = 5,55$, $K = 0,05$) і паратактично-гіпотактичних ($\chi^2 = 11,90$, $K = 0,08$) речень, а в німецьких кореспонденціях – для простих ($\chi^2 = 7,16$, $K = 0,06$) і номінативних речень ($\chi^2 = 17,36$, $K = 0,09$).

7. Синоптичне повідомлення в німецькій і українській мовах є двофрактальним креолізованим семіотичним утворенням, що складається з

вербальної і невербальної частин з домінуванням останньої. α -фракталом в обох мовах є інформаційно порожній тематичний заголовок з локальною референцією, що стисло розгортається в ω -фракталі. На відміну від німецького синоптичного повідомлення, українське є винятково інформативним, де асиндетично перераховують метеофакти, що вплинуло на середні показники синтаксичних конструкцій (нім. – 11,5 словоформ у реченні, укр. – 20,1).

8. Двофрактальна модель аналітичного жанру складається з α -фрактала, де наводиться інтригуювальний, оцінний заголовок, виражений переважно номінативним реченням (60%), і ω -фрактала – з розгортанням авторського заголовка за такою схемою: ініціація теми, аргументація і висновок, оформлені простими (44,7%) та складнопідрядними реченнями (40,9%) у двох структурно-тематичних блоках по 5,5 синтаксичних конструкцій. У німецькому зовнішньополітичному коментарі помітною є тенденція до розмовного й індивідуально-авторського стилів.

9. Інформаційно-аналітичний інваріант німецьких і українських медіатекстів має трифрактальну структуру. Спільним в α -фракталі обох мов є інтимізоване конструювання ключового висловлювання бесіди між журналістом і респондентом, оформленого простим реченням (нім. 76,7% / укр. 73,3%). Відмінним у ω -фракталі української моделі є її стандартизованість, коли після опису ситуації / респондента ставиться низка запитань та наводиться формальне речення-кінцівка, і подібність до стислого повідомлення (6,8 синтаксичних конструкцій). В ω -фракталі, який містить послідовність блоків запитання-відповідь (нім. 8,3 / укр. 11,4), запитання виражені переважно простими (нім. 75,2% / укр. 49,9%) та складнопідрядними реченнями (нім. 17,9% / укр. 46,1%), при цьому статистично значущі показники встановлено для простих речень у німецькій мові ($\chi^2=13,90$, $K=0,26$) та складнопідрядних речень ($\chi^2=18,16$, $K=0,30$) – в українській. Відповідям респондентів у німецькій мові притаманні маркери розмовного мовлення (3,8 речень на відповідь), а в українській – монологічного офіційного мовлення (8,5 речень на відповідь). Текстам-інтерв'ю обох мов характерний подібний розподіл синтаксичних

конструкцій, на що вказує коефіцієнт лінійної кореляції (0,99).

10. Заголовковий блок як початковий фрактал варіантних медіатекстів залежить від їх інваріантної (жанрової) належності в обох мовах. Зі збільшенням обсягу інформаційного медіатексту змінюється його основна функція: у коротких домінує функція інформування, а в розлогих – актуалізації уваги. Якщо в інформаційно-аналітичній моделі обох мов α -фрактал фіксує експліцитно ключове повідомлення респондента, то в аналітичній моделі він образно передає основний зміст тексту, що експлікується за допомогою риторико-стилістичних засобів.

11. Домінантні для досліджуваних медіатекстів категорії референційності, евіденційності та темпоральності корелюють з їх жанровою належністю і фрактальною будовою. В обох мовах простежується спільна референційність: в α -фракталі головний референт вводиться максимально стисло, в φ -фракталі відбувається його повна ідентифікація, а в ω -фракталі використовуються контекстуальні синоніми. Для інформаційного інваріанта обох мов характерний такий темпоральний розподіл: α -фрактал – теперішній/минулий часи, φ -фрактал – минулий/теперішній/майбутній, ω -фрактал – минулий/теперішній/майбутній; для інформаційно-аналітичного: α -фрактал – теперішній/минулий часи, φ -фрактал – теперішній/минулий, ω -фрактал – теперішній/минулий/майбутній; для аналітичного: α -фрактал – теперішній/минулий часи, ω -фрактал – теперішній/минулий/майбутній.

Одержані наукові результати дослідження підтвердили гіпотезу про те, що інваріантно-варіантна структура медіатекстів у німецькій і українській мовах має, з одного боку, універсальний фрактальний принцип будови, а з іншого, – демонструє національно-культурні відмінності в засобах конструювання варіантних фракталів, зумовлених як граматичною будовою кожної мови, так й екстралінгвальними факторами, що впливають на мас-медійні практики німецького й українського соціумів.

Практичне значення одержаних результатів пов'язане з можливістю їхнього використання у курсах зіставного мовознавства (розділ "Контрастивна

медіалінгвістика"), загального мовознавства (розділи "Мова і мислення", "Знакова природа мови", "Теорія тексту", "Медіалінгвістика"), теоретичної граматики німецької мови (розділи "Референційність", "Темпоральність", "Евіденційність"), сучасної української літературної мови (розділи "Лексикологія", "Морфологія", "Синтаксис", "Стилістика"), а також теорії і практики перекладу. Лінгводидактичні можливості застосування результатів роботи знайшли відображення у процесі професійної підготовки студентів філологічних спеціальностей, зокрема, на практичних заняттях з німецької мови. Матеріали дисертації можуть бути також корисними у наукових дослідженнях із проблем соціальної і міжкультурної комунікації, а також при розробці навчальних посібників з лінгвістики тексту.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертації обговорено на наукових семінарах Інституту германістики і комунікації Технічного університету (Хемніц, Німеччина, 2007), Інституту німецької мови і лінгвістики Гумбольдтського університету (Берлін, Німеччина, 2012); на *дев'ятнадцяти* наукових конференціях, серед яких *чотирнадцять* міжнародних: "Актуальні проблеми германської філології в Україні та Болонський процес" (Чернівці, 2007), "Актуальні проблеми германської філології" (Чернівці, 2008), "Мова. Культура. Комунікація" (Чернігів, 2010), "Проблеми та перспективи лінгвістичних досліджень в умовах глобалізаційних процесів" (Тернопіль, 2011), "Vědecký průmysl evropského kontinentu – 2011" (Прага, Чехія, 2011), "Netzwerktagung der AvH-Stiftung" (Гамбург, Німеччина, 2011), "Strategiczne pytania światowej nauki – 2012" (Перемишль, Польща, 2012), "Бъдещите изследвания – 2013" (Софія, Болгарія, 2013), "I Таврійські філологічні читання" (Херсон, 2015), "Психолого-методические аспекты обучения студентов иностранным языкам для специальных целей" (Москва, Росія, 2015), "Філологічні науки: сучасні тенденції та фактори розвитку" (Одеса, 2016), "Мова та література у полікультурному просторі" (Львів, 2016), "Українська наука в європейському контексті. Німецько-українські зв'язки" (Мюнхен, Німеччина, 2016), "Грамматические категории в контрастивном аспекте" (Москва, Росія, 2016);

чотири – всеукраїнські: "Актуальні дослідження іноземних мов і літератур" (Донецьк, 2003), "Сучасні проблеми та перспективи дослідження романських і германських мов і літератур" (Донецьк, 2008), "Мовна комунікація і сучасні технології у форматі різнорівневих систем" (Горлівка, 2008), "Сучасні проблеми лінгвістичних досліджень та навчання іноземних мов" (Хмельницький, 2008), і *одна* регіональна конференція: "Діяльнісно-зорієнтований підхід як шлях формування мовних та мовленнєвих компетенцій з іноземних мов у контексті полікультурності освітнього процесу Буковини" (Чернівці, 2005).

Публікації. Основні положення дисертації висвітлено в *сорока п'яти* публікаціях, у тому числі: в *одній* монографії "Німецько-українські паралелі в інформаційних медіажанрах : фрактальний підхід" обсягом 23,74 др. арк., у *трьох* навчальних посібниках (13,02 др. арк.), *двадцяти п'яти* статтях, з яких *шістнадцять* у наукових фахових виданнях України (8,57 др. арк.), *одна* (0,52 др. арк.) у виданні, яке не внесено до списку фахових, *чотири* (4,24 др. арк.) – в періодичних виданнях інших держав, *чотири* (1,77 др. арк.) – у міжнародних наукових збірниках, а також у матеріалах *шістнадцяти* наукових конференцій (3,26 др. арк.).

Структура й обсяг роботи. Дисертація складається з переліку умовних позначень, вступу, чотирьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури (622 позиції) та списку ілюстративних джерел (8 позицій). Допоміжним засобом унаочнення результатів дослідження є 36 таблиць та 28 рисунків. Загальний обсяг дисертації – 433 сторінки, обсяг основного тексту становить 372 сторінки.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ІНВАРІАНТНО-ВАРІАНТНОЇ
СТРУКТУРИ МЕДІАТЕКСТІВ ІЗ ПОЗИЦІЙ
СТРУКТУРНО-ТИПОЛОГІЧНОГО, КОГНІТИВНО-ДИСКУРСИВНОГО
І ФРАКТАЛЬНОГО ПІДХОДІВ

1.1 Текст як комунікативна одиниця

У сучасній науковій парадигмі текст є однією з ключових одиниць у ланцюжку базових мовознавчих понять від фонем до дискурсу, яким здійснюють комунікацію і фіксують людські знання (пор. [12; 70; 297; 392]). На відміну від решти лінгвістичних одиниць, текст виступає об'єктом дослідження різних гуманітарних наук, що зумовлює його міждисциплінарний статус (пор. [265, с. 8]).

З 60-х років ХХ століття текст почав відігравати провідну роль у лінгвістичних студіях, потіснивши таку комунікативну одиницю, як речення, дослідження якого досягло своїх меж, як це раніше трапилося з фонемою, морфемою і лексемою. Це можна вважати закономірним процесом з огляду на історичний розвиток пізнання, коли при вичерпанні меж одного явища дослідження переходить до наступного, більшого та складнішого. Текст теж не є кінцевим об'єктом дослідження наукової думки, але, на відміну від дискурсу, він матеріальний, як і решта одиниць мови, і тому залишатиметься базовим при дискурсивних розвідках.

Наука про текст у різних країнах називається по-різному: лінгвістика тексту, теорія тексту, аналіз дискурсу, лінгвістичний аналіз тексту, текстологія, структура тексту, герменевтика тексту, граматики тексту тощо (пор. [65; 251; 252; 291; 486, с. 154]). Найбільш поширеним у лінгвістичних колах наразі вважається термін "лінгвістика тексту".

Характерною рисою лінгвістики тексту упродовж усіх років її розвитку є плюралістичність теоретичних позицій, а тому вона має в своєму арсеналі

значний доробок (пор. [594 та інші]). Про це експліцитно свідчить той факт, що саме в цій галузі лінгвістичного простору створено найбільше підручників (див. [17; 65; 246; 277; 399; 400; 426; 522; 545; 565; 556; 589; 600; 619]).

В українській лінгвістичній традиції, як і решти країн пострадянського простору, "текст" розглядають переважно з погляду функціональної стилістики та структурної лінгвістики із залученням математичних методів. Здобутки останньої, практичні потреби суспільства та технічний прогрес сприяли виникненню комп'ютерної лінгвістики (дет. див. [80 та інші]).

У руслі першого напрямку можна назвати роботи таких провідних лінгвістів, як Н.В. Безсмертної [17], М.П. Брандес [27], Н.С. Валгіної [29], О.П. Воробйової [35], І.Р. Гальперіна [39], М.А. Гвенцадзе [42], Т.М. Дрідзе [59], С.М. Іваненко [72; 421], О.Л. Каменської [75], І.М. Колегаєвої [124; 125], І.М. Кочан [138], Є.С. Кубрякової [142–144], В.А. Кухаренко [148], О.І. Москальської [174], А.М. Науменка [177], Т.М. Ніколаєвої [180], В.В. Одінцева [183], А.Ф. Папіної [186], Г.Г. Почепцова [202], В.І. Провоторова [204], Т.В. Радзієвської [206; 207], Є.А. Реферовської [209], О.О. Селіванової [218], І.В. Смуцинської [226], Г.Я. Солганика [228], З.Я. Тураєвої [245] та багатьох інших.

У руслі другого напрямку слід згадати насамперед колективні монографії "Статистичні параметри стилів" [232] з поняттям статистично змодельованого "нейтрального стилю" (В.І. Перебийніс), яка може слугувати еталоном для типологічного зіставлення текстів різних мов, і "Закономерности структурной организации научно-реферативного текста" [67] з докладним описом рівневої структури цього типу текстів і виділенням базових та похідних структурних одиниць для кожного рівня текстів, а також роботи Т.О. Грязнухіної [46], С. Бук [28], Н.П. Дарчук [48], М.М. Пещак [189], І.П. Севбо [217], Ю.А. Тулдави [244], А.Я. Шайкевича [253] та багатьох інших, які у своїх працях значно розвинули ідеї структурної лінгвістики тексту, зокрема стилеметрії.

Аналіз фахової літератури свідчить про великий інтерес до цього предмета і водночас неосязність об'єкта дослідження, де існує велика кількість методів аналізу, які частково не пов'язані один з одним (детальний огляд див. [168; 307; 399; 400; 556; 589; 594]). Але спільним для всіх досліджень є, безумовно, текст як об'єкт різнопланового аналізу.

В історії розвитку лінгвістики тексту виокремлюються три ключові підходи: структурний, комунікативний і когнітивний. Спочатку в науці про текст відчувався вплив структуралізму і трансформаційної граматики. Текст розглядався лише як наступна вища структурна одиниця мовної системи після речення, яка стала як морфема чи лексема ще однією проміжною ланкою одиниць мови. Відповідно, завданням лінгвістики тексту на цьому етапі було встановлення й опис загальних принципів побудови текстів. У центрі уваги перебували правила поєднання речень / висловлювань у більші когерентні одиниці – "надфразова єдність", "складне синтаксичне ціле" і т.п. (пор. [174; 307, с. 12–17; 392; 395; 419; 609]). Нові терміни позначають по суті одне й те саме поняття, оскільки їх визначення зводиться до синтаксичного і смислового зв'язку групи речень. Вони часто збігається з терміном абзац, яким позначають структурно-змістову одиницю членування тексту, що характеризується єдністю теми та графічно позначена відступом початкової строки праворуч [155, с. 69; 219, с. 5].

Комунікативний підхід виникає як реакція на критику структурного напряму дослідження. Текст вже не ідеалізується як певний статичний об'єкт, що розглядається ізольовано від комунікації. У дослідженнях починають враховувати сам процес комунікації, у якому є адресат і адресант, певні соціальні і ситуативні передумови та відношення. На цьому етапі використовують лінгвістичну прагматику, яка прагне описати умови порозуміння між учасниками певної комунікативної ситуації, спираючись при цьому на теорію мовленнєвих актів Дж. Остіна [287] і Дж. Серля [558]. Отже, у центрі уваги дослідників є комунікативна функція тексту (пор. [202; 365; 383]).

У когнітивному підході на передній план виходять процеси творення і сприйняття текстів із врахуванням психолінгвістичних досліджень. Текст розглядається у зв'язку з різними формами знань та ментальними процесами, і, відповідно, є вербалізацією когнітивних дій і процесів мисленнєвої діяльності людини (пор. [49; 142; 147; 180, с. 412–413; 252, с. 11–12; 277, с. 1; 293; 399; 605]).

На сучасному етапі розвитку лінгвістики тексту спостерігається поєднання різних підходів у світлі таких наукових парадигм, як системно-структурної, комунікативно-функціональної, когнітивно-дискурсивної та синергетичної. Разом з тим йде жвава дискусія про остаточне визначення її об'єкта, типологію текстів, а також термінологічне розмежування у світлі появи нового терміну – дискурсу (пор. [120; 203; 252; 257]). Окрім того, значну увагу наразі приділяють багатоаспектному опису видів текстів у різних комунікативних сферах однієї чи декількох мов з прикладною метою (пор. [110; 111; 132; 268; 360; 461]).

Перейдемо до розгляду центральної одиниці лінгвістики тексту.

1.1.1 До поняття "текст". Слово "текст" (від лат. *textus*, *textum* "тканина, плетіння") вживається ще з античності. Його сучасний зміст у загальних рисах вперше розглянули Платон і Аристотель у грецькому мовознавстві (дет. див. [548]). Статус наукового терміну формант "текст" набув лише в рамках раціоналістичної герменевтики в XVIII ст. До того часу слово "текст" використовували переважно метафорично або в повсякденні для позначення матеріальності письма, наприклад, *текст Біблії*. Для мовознавчих і літературознавчих потреб послуговувалися латинськими термінами *logos*, *oratio*, *locutio*. Лише з "прагматичним поворотом" у 60-х рр. XX ст. поняття "текст" виходить на передній план мовознавчих студій.

З погляду повсякдення кожен мовець спроможний назвати приклади текстів, не знаючи дефініції. У лінгвістиці ж на питання про визначення цього поняття написано досить багато теоретичних робіт, про що свідчить збірник

виступів на конференції, спеціально присвяченій цій проблематиці, під символічною назвою "Чи потрібно нам нове поняття тексту?" [304]. Так, М. Клемм [438] спробував систематизувати незліченну кількість визначень, з яких наведемо основні й доповнимо неврахованими:

- текст як базова одиниця мовного вживання [391; 392];
- текст як лінійний зв'язок знаків, речень, виразів [395; 329];
- текст як найвища мовна одиниця [308];
- текст як виключно (одно)мовна (писемна) величина [344; 382];
- текст як завершена тематична величина [390; 22];
- текст як тривале мовне утворення і засіб передачі інформації [353];
- текст як абстрактний теоретичний конструкт на відміну від дискурсу [49];
- текст як структурно-функціональна одиниця [307];
- текст як супермовний знаковий комплекс [295; 525];
- текст як мовна і комунікативна діяльність [550; 328; 411];
- текст як уривок з суспільного дискурсу [318];
- текст як структура знань і когнітивний конструкт [400; 548];
- текст як сукупність знаків, яку має визначити реципієнт [277; 470];
- текст як спонукання / пропозиція і конструкція реципієнта [394; 529];
- текст як комунікаційні вирази адресанта і їх інтерпретація адресатом [547];
- текст як реалізація різних критеріїв текстуальності [419; 293; 370];
- текст як витвір мовленнєвого процесу [39];
- текст як словесно втілена думка про навколишній світ [177];
- текст як відтворена письмово або в друкованому вигляді сукупність слів, що складають логічну або мистецьку єдність, який може виконувати тільки відтворювальну, але аж ніяк не світобудівну функцію [222].

Провідна російська представниця сучасної когнітивної лінгвістики О.С. Кубрякова разом з О.В. Олександровою, розглядаючи це питання з погляду мовних категорій, взагалі відмовляється від остаточного визначення

поняття "текст" через його різноплановість і різноаспектність [143, с. 24]. Тому, на нашу думку, варто наводити основні ознаки тексту, враховуючи історію його розвитку. Адже в кожному підході на передній план висувається якась одна ознака цього комплексного явища.

Німецькі мовознавці М. Гайнеман і В. Гайнеман [399, с. 64–94] виділяють на основі історичного розвитку лінгвістики тексту чотири основні підходи щодо тлумачення тексту: граматичний, семантичний, прагматично-комунікативний і когнітивний.

При граматичному підході текст визначають через речення і когезію, тобто враховують поверхневу структуру (H. Isenberg, R. Harweg та інші). З цим підходом пов'язують виникнення так званої "граматики тексту" (пор. [174]).

При семантичному підході текст намагаються тлумачити через його значення і зв'язки з референтами, використовуючи при цьому досить різноманітні моделі: темо-рематичну (F. Daneš), ізотопічну (R. Harweg), пропозиціональні комплекси (макро- і мікропропозиції, T. van Dijk), тематичну модель тексту (K. Brinker). Ця точка зору покладена в основу "семантики тексту".

При прагматично-комунікативному підході (E. Gülich, W. Rable, E. Rolf, G. Feilke) тексти тлумачать через їх ситуативну функцію. Тут розрізняють:

1) прагматичний напрям (I. Rosengren, W. Motsch), коли тексти розглядають як суми ілокуцій;

2) комунікативний (І.Р. Гальперін, О.О. Леонтьєв), де на передній план виступає комунікативна діяльність у певній ситуації.

При когнітивному підході (Т. ван Дейк / В. Кінч [49]) основна увага сфокусована на ментальних фазах створення тексту. При цьому використовують знання про форми збереження інформації в пам'яті, сприйняття і формування мовлення тощо (пор. [378]).

Найбільш розповсюджена при когнітивному підході модель учених Р.-А. де Богранда і В. Дреслера [293], де автори виділили сім критеріїв текстуальності, які роблять "текст текстом". Цими критеріями є:

- 1) когезія – взаємозв'язок компонентів поверхневої структури тексту;
- 2) когерентність – семантико-когнітивний зв'язок у причинно-наслідковому, часовому та референційному аспектах;
- 3) інтенціональність – комунікативна мета цілого тексту;
- 4) акцептабельність (адресованість) – комунікативно-прагматична спрямованість на адресата із врахуванням соціальних, вікових, рольових та гендерних характеристик;
- 5) інформативність, тобто відображення в тексті невідомого й актуального;
- 6) ситуативність як співвіднесеність тексту з комунікативною ситуацією;
- 7) інтертекстуальність, тобто зв'язок з іншими текстами.

У процесі роботи з переліченими критеріями в 90-х рр. ХХ ст. були виявлені їх слабкі місця. Одним із центральних пунктів критики є те, що критерії виведені з гетерогенних теорій і, як наслідок, аспекти різних рівнів тексту ставляться недиференційовано в один ряд [365, с. 76]. Це спонукало до пошуків більш однорідних критеріїв, якими, на думку Г. Файльке, можуть бути такі відправні моменти: генеративність – здатність мовця продукувати незліченну кількість текстів (пор. [336]); універсальність – прийнятність структур текстів у різних мовах; контекстуальність – знання про умови вживання тексту в певних ситуаціях (пор. [550]); процесуальність – знання про побудову текстів; інтенціональність – ситуативна зумовленість виникнення текстів (пор. [328]); діалогічність – двонаправленість будь-якої комунікації незалежно від форми фіксації, але з певними особливостями актуалізації адресата (пор. [11]).

Як справедливо зауважують М. Гайнеман і В. Гайнеман [399, с. 102], нові орієнтири відвертають увагу дослідника від тексту як лінгвістичного явища у бік когнітивного, психічного процесу. Тому автори виступають за поєднання нових орієнтирів і критеріїв текстуальності Р.-А. де Богранда і В. Дреслера, які є неминучими при аналізі тексту. Так, Х. Гаузендорф і В. Кесельгайм [396] запропонували шість напрямів для характеристики тексту, які певною мірою

перегукуються з критеріями Р.-А. де Богранда і В. Дреслера: інтертекстуальний зв'язок (нім. *intertextuelle Veknüpbarkeit*), тематичний зв'язок (нім. *thematische Zusammengehörigkeit*), прагматична користь (нім. *pragmatische Nützlichkeit*), типовість (нім. *Musterhaftigkeit*), міжтекстовий зв'язок (нім. *intertextuelle Beziehbarkeit auf andere Texte*) і, як нова ознака, виділена обмежувальність (нім. *Begrenzbarkeit*).

На сьогодні через такий багатовекторний підхід до тексту спостерігається тенденція до його прототипного визначення [545, с. 93; 252, с. 36]. Прототипний підхід (див. [300, с. 44; 436 та інші]) свого часу виник унаслідок критики компонентного аналізу і доповнив згаданий метод у семантиці. При прототипному підході також не знімаються всі питання, оскільки ще не встановлено, що належить до центральних і периферійних ознак тексту. Врешті-решт, проблема визначення тексту існує об'єктивно через різноманітність самого об'єкта аналізу.

Як слушно зауважує К. Адамцік [277, с. 46], не варто ще більш заглиблюватися в термінологічні визначення тексту. На сучасному етапі текст не слід розглядати знову як абсолютну самостійну і незалежну величину, як це було на початковій стадії розвитку лінгвістики тексту, або як нову найбільшу (вже щодо речення) одиницю лінгвістичного опису, а слід сприймати текст як складник усеохопних дискурсів, в які тексти інтегровані. У конкретному дослідженні кожен лінгвіст повинен виходити з тієї дефініції тексту, яка впливає з практичних потреб його роботи (пор. [450]).

У роботі виходимо з дефініції К. Брінкера (до подібної дефініції дійшли багато науковців [399, с. 111; 374, с. 10]). Вона, насамперед, орієнтована на письмові тексти, які є об'єктом нашої студії. К. Брінкер [307, с. 17] врахував два основні теоретичні напрями лінгвістики тексту – системний і комунікативний, – і навів таке інтегроване визначення тексту: "Текст позначає обмежену когерентну послідовність мовних знаків, яка виконує як єдине ціле певну комунікативну функцію" (тут і надалі переклад наш – Ю.К.). Під когерентною послідовністю мовних знаків розуміють структуру тексту на

тематичному і граматичному рівнях. Граматична когерентність (когезія), за К. Брінкером, тексту побудована на синтаксично-семантичних зв'язках, які важливі для єдності тексту. Тематичну когерентність розуміють як семантичний зв'язок між реченнями. "Обмежена послідовність мовних знаків" вказує на сигнали про межі тексту: мовні (заголовок, фінальний маркер тощо) і немовні (шрифт, графічні засоби тощо). Оскільки текст є складовою процесу комунікації, йому притаманне виконання певної функції, тобто вираження наміру адресанта.

З огляду на те, що в роботі досліджуються медійні друковані тексти, цю дефініцію варто доповнити такою ознакою, як мультимодальність. Цим терміном позначають тексти, які містять різні знакові системи (детальніше див. [413; 581]). У медійних текстах задіяні різні невербальні знаки, як-от: графіка, світлини тощо. Отже, під текстом розуміємо обмежену когерентну послідовність вербальних і невербальних знаків, яка виконує як єдине ціле певну комунікативну функцію.

1.1.2 Текст vs. дискурс. Не встиг "текст" утвердитися як найбільша комунікативна одиниця в мові, як наприкінці ХХ ст. у лінгвістиці з'явилося нове поняття "дискурс". Цей термін використовують у різних дисциплінах, через що його тлумачення досить різняться, часто перетинаючись з текстом (пор. [163; 220; 222; 252; 504]). Слово *дискурс* стало настільки поширеним, що, як слушно зауважив В. Гайнеман, його можна назвати "модним словом" [402, с. 22]. Або, як зауважив Ю.Є. Прохоров: "якщо уважно розглянути хоча б основні визначення і тексту, і дискурсу, а до них ще додати опис поглядів на їх взаємозв'язок, то на власний погляд не залишиться ні сил, ні поліграфічних потужностей" [205, с. 6]. Спробуємо коротко визначитися з цими двома поняттями з огляду на нашу роботу.

Термін *дискурс* (фр. *discours*, англ. *discourse*, нім. *Diskurs* походять від лат. *discurrere* "бігати взад вперед") вже давно утвердився в науці, але використовується в окремих дисциплінах і країнах по-різному (пор. [177, с. 51;

129, с. 486; 208, с. 14; 252; 386, с. 72; 504]). У філософії під дискурсом розуміють аргументований виклад думок. Згідно з англо-американськими традиціями дискурс розуміють як усне мовлення, розмову (англ. *connected speech*). Тому поступово це позначення стали використовувати як синонім до "бесіда, розмова", включаючи сюди й текст (пор. [216, с. 20; 219; 319; 468; 605, с. 129; 606; 615, с. 265]). У французькій школі дискурсивного аналізу дискурсом позначають суспільно-історичну систему людського знання (пор. [247 та інші]).

У німецькомовному лінгвістичному просторі термін дискурс набув останнім часом значного поширення слідом за англо-, франко-, російсько- і україномовними просторами (пор. [141; 216; 297; 504; 573; 605]). Варто зазначити, що в німецькомовному лінгвістичному просторі послідовно розмежовують писемні тексти й усне мовлення, які є об'єктами дослідження двох дисциплін: лінгвістики тексту (нім. *Textlinguistik*) і лінгвістики усного мовлення (нім. *Gesprächslinguistik*). Тому дискурсом німецькі науковці позначають не лише діалогічне мовлення, а й тематично об'єднані тексти / висловлювання (пор. [277; 297; 356; 402; 403; 504; 605; 606]). Текст як комунікативна одиниця, на відміну від дискурсу, матеріальний. Тому, як слушно зауважує О. Стеншке [578, с. 118; 316], критерій матеріального сприйняття (нім. *vollständige Erfassbarkeit*) можна використовувати при розмежуванні цих двох понять.

В українському науковому просторі термін "дискурс" тлумачать переважно відомою метафорою Н.Д. Арутюнової [6] як рос. "речь, погруженная в жизнь" (пор. [18; 120; 203; 257]). Можна констатувати, що більшість вітчизняних дослідників використовує термін "дискурс" для позначення мовленнєвих висловлювань у сукупності з екстралінгвальними умовами їх реалізації, або мовлення в соціальному контексті. Результатом дискурсивної діяльності є породження тексту, який створюється за конвенційними правилами, прийнятими в певній комунікативній сфері. Саме за

протиставленням "процес–результат" і відбувається розмежування обох взаємопов'язаних термінів у слов'янському лінгвістичному просторі.

Оригінальне бачення терміну "дискурс" пропонує А.Н. Науменко [177, с. 52]. Досліджуючи це термінологічне питання з погляду лінгвістики художнього тексту, він розуміє під дискурсом здатність будь-якого тексту бути побудованим так, щоб провокувати в адресата запитання до адресанта і власні відповіді на них.

Л.І. Сахарчук розуміє дискурс як "одиницю виміру комунікації, яка полягає у соціальній мовленнєво-мисленнєвій діяльності мовців, що забезпечується системою рівневих механізмів – антропоцентричного, функціонального, текстового, соціокультурного, регулятивного" [216, с. 209]. Авторка пропонує класифікацію комунікативного простору на дискурсивні континууми, які складаються з окремих дискурсів. Кожен дискурс розкладається залежно від тематики на дискурсивні ряди. Замикає цей класифікаційний ланцюжок дискурсів комунікативна подія або ж комунікативний акт.

Варто зауважити, що подібні типології переважно ґрунтуються на дедуктивному підході і не перевірені на достатній кількості емпіричного матеріалу. Остаточна типологія повинна враховувати усі види дискурсів, а це досить проблематично з огляду на кількість текстів, матеріальні і часові затрати (пор. [504]).

На думку В.Є. Чернявської, наявні лінгвістичні підходи до розуміння дискурсу можна звести до двох основних. Згідно з першим, дискурс – це конкретна комунікативна подія, яку фіксують у письмовій чи усній формах, і яка відбувається в певному когнітивно і типологічно обумовленому комунікативному просторі. У другому підході дискурс розуміють як сукупність тематично співвіднесених текстів. Авторка слушно зазначає, що обидва підходи не є принципово різними, вони підкреслюють лише різні сторони одного явища, доповнюючи один одного [252, с. 111–114].

У роботі ми приєднуємося до думки тих вчених (В.Є. Чернявська, К. Adamzik, W. Heinemann, U. Fix, I. Warnke та інші), які розглядають дискурс як відкриту сукупність тематично і (або) прагматично пов'язаних один з одним текстів у сукупності з соціальними, культурно-історичними, психологічними та іншими чинниками. Іншими словами, це можна назвати "віртуальним текстовим корпусом". Кожен окремий текст через свою тематичну спрямованість належить до якогось дискурсу, і, таким чином, несе ознаку дискурсивності. Кількість текстів певного дискурсу неможливо встановити, оскільки в текстах можуть торкатися різних тем. Вирішальним у цьому випадку є ядро певного дискурсу, де зібрані тексти до певної теми (подібно до теорії прототипів). Метафорично ці два явища можна представити так: текст – це тематичне сплетіння речень, а дискурс – тематичне сплетіння текстів.

1.1.3 Типологія текстів. В останнє десятиріччя у лінгвістичних колах різних країн почав активно розвиватися новий напрям лінгвістики тексту, який в німецькомовному просторі відомий як *Textsortenlinguistik*. В Україні відповідний напрям дослідження – лінгвогенристика, лінгвістична генологія – виник дещо пізніше, на початку ХХІ століття з виходом у світ праці Ф.С. Бацевича "Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи" [14]. Основне завдання цієї дисципліни вбачають у різноплановому аналізі, описі й систематизації текстів певної комунікативної сфери людської діяльності. Об'єктом аналізу при цьому виступають переважно нехудожні тексти, які активно використовуються в повсякденному житті (пор. [50; 79; 155; 172; 212; 261; 268; 269; 360; 374; 537; 538; 592]).

Серед головних причин зацікавленості жанрами (типами, видами текстів, мовленнєвими жанрами) можна вважати прагматизацію мовознавства. Ще П. Гартман [392, с. 23], один із засновників лінгвістики тексту, зазначав, що науковий інтерес лінгвістів буде спрямований при аналізі окремих текстів на встановлення їх класифікаційних ознак. Ця зацікавленість пояснюється теоретичними і прикладними причинами. На думку К. Хайленд (2002), інтерес

до жанрового дослідження продиктований, по-перше, прагненням зрозуміти взаємовідношення мови й умов її використання і, по-друге, бажанням використовувати дану інформацію у процесі викладання мови (цит. за [132, с. 32]). Серед практичних причин можна назвати такі: подолання мовних бар'єрів у методиці викладання рідної й іноземної мов, використання даних у прикладній лінгвістиці, насамперед, у практиці перекладу, соціолінгвістичні проблеми тощо (пор. [246, с. 183]). Свідченням цього є поява низки практичних розвідок, де автори намагаються різнопланово описати певні типи текстів з прикладних міркувань (пор. [110; 111; 246; 360; 461 та інші]).

Центральним питанням лінгвістичної генології є типологія текстів. Класифікувати тексти можна за лінгвальними й екстралінгвальними ознаками. Складність наукової класифікації текстів зумовлена різними факторами: їх великою кількістю, тематичною гетерогенністю, різними сферами комунікації, лексичною і граматичною гетерогенністю тощо. Крім того, вимоги до наукової типології текстів (гомогенність, однозначність, повнота тощо), які сформував ще Г. Ізенберг [420, с. 312], майже неможливо виконати через об'єктивні причини. До цього можна додати також неоднозначність фахової термінології в лінгвістиці тексту (пор. [252, с. 48; 369; 401]).

Типологію текстів можна здійснювати теоретично-дедуктивно, емпірично-індуктивно або ж поєднувати індуктивний і дедуктивний підходи (пор. [252; 400; 451; 538]). Обидва методи мають свої переваги і недоліки. В першому випадку при "стерильних" загальних положеннях певної теоретичної моделі досить складним видається її реалізація на практиці. У другому випадку – дослідники намагаються проаналізувати і систематизувати "безмежне море" реальних текстових виявів. В останніх працях у цій царині намітилася тенденція до використання обох підходів (див. [414; 549 та інші]), оскільки вони доповнюють один одного: на початку виходять із теоретичних засад, а потім на емпіричному матеріалі перевіряють і уточнюють характеристики варіантів певного жанру.

У німецькому науковому дискурсі після тривалих дискусій щодо текстової термінології утвердилися такі терміни текстової ієрархії: нім. *Textsortenklasse* – *Textsorte* – *Textsortenvariante* – *Textexemplar* (пор. [560]). Якщо термін *текст* можна розглядати як одиницю *langage* (згідно з Соссюрівською термінологією), то в *langue* вони виступають як типи текстів, жанри (нім. *Textsorte*, англ. *text type*, рос. *жанр*), наприклад, *інформаційна замітка*, *рецензія*, *реценнт* тощо. У *parole* мають справу з конкретною реалізацією типів текстів. Тип тексту може мати свої варіанти (нім. *Textsortenvariante*), оскільки на відміну від інших мовних одиниць текст є найбільшою динамічною комунікативною одиницею. Так, наприклад, інформаційна замітка може мати такі варіанти, як *інформаційна замітка про подію*, *інформаційна замітка про ситуацію* тощо. Водночас типи текстів можуть об'єднуватися за спільними ознаками в інші групи текстів вищого рівня абстракції (нім. *Textsortenklasse*). Наприклад, *інформаційна замітка*, *інформаційна стаття*, *кореспонденція* утворюють клас інформаційних текстів. Схематично це можна представити таким чином:

Тип текстів	<i>газетні тексти</i>
Клас текстів	<i>інформаційні тексти</i>
Жанр	<i>замітка</i>
Варіант жанру	<i>замітка про подію</i>
Екземпляр тексту	<i>конкретна замітка про подію.</i>

Варто зазначити, що мова тут іде про загальний принцип типології текстів, який може варіювати залежно від матеріалу дослідження.

Жанрова компетенція належить до повсякденних знань комунікантів, які носій мови набуває протягом цілого життя (пор. [261]). Так, М. Дімтер [337, с. 33] нарахував лише за даними німецького словника Дуден більш ніж 1600 назв текстів, з яких приблизно 500 належать до базових, якими користується середньостатистичний носій мови. Найбільш повну теоретичну типологію жанрів (2100 одиниць) здійснив Е. Рольф. Автор використав при цьому дедуктивний підхід [538], що, звісно, не враховує реалії комунікації.

Тексти, як і слова, можуть з'являтися, змінюватися і зникати (пор. [584, с. 102]). Нові жанри приходять на зміну старим, наприклад, *смс*, *чат*, *блог*, де свої корективи вносить сфера комунікації (детальніше див. [1; 54; 273; 401; 494; 498; 499; 584; 589; 591]). Тому для класифікацій жанрів діє фактор часу.

Оригінальною видається пропозиція Х. Ганзель класифікувати тексти на основі перевіреної категоріальної біологічної системи [373, с. 56] за таким зразком:

Kategorie	<i>Welt der Texte</i>
Reich	<i>schriftliche Texte</i>
Stamm	<i>Monologisch</i>
Unterstamm	—
Klasse (Text-/Bereichklasse)	<i>Massenmedien</i>
Ordnung	<i>Journalismus</i>
Familie	<i>Meinungstexte</i>
Gattung (Textsorte)	<i>Kommentar</i>
Art (Textmuster)	<i>Einerseits-Andererseits-Kommentar</i>

На нашу думку, цю концепцію можна використати для загальної дедуктивної класифікації всіх жанрів, не вдаючись в детальне встановлення меж між ними в певній царині людської діяльності. Сама авторка не спробувала застосувати зазначену класифікацію на достатньому фактичному матеріалі. Таку спробу в царині синоптичних текстів здійснив її аспірант П. Крицький [452].

У роботі обмежуємося частотними жанрами, які використовують у німецькій і українській медіапрактиках. Межі між жанрами часом досить умовні і можна говорити лише про більшу чи меншу прототиповість конкретного тексту (пор. [252; 387; 555]).

Для німецьких медійних текстів часто наводять класифікацію Ф. Гундснуршера [417], яка в загальних рисах залишається і сьогодні актуальною (пор. [361; 474; 583]). Коротко наведемо її.

Інформаційні жанри

1) основні:

а) за важливістю:

- орієнтовані на факти: *оголошення* (Bekanntgabe)
- інформувальні: *замітка* (Kurznachricht)
- орієнтовані на взаємозв'язки: *інформаційна стаття* (Nachricht)

б) хронологічні

- орієнтовані на факт: *кореспонденція* (Bericht)
- з місця події: *репортаж* (Reportage)

2) другорядні

а) редакційні: *ремарка, замітка* (Hinweis, Meldung)

б) офіційні: *оголошення* (Bekanntmachung)

в) комерційні: *оголошення* (Anzeige)

Аналітичні жанри

1) аргументативні: *коментар* (Kommentar)

2) полемічні: *глосо* (Glosse)

3) критичні: *обговорення* (Besprechung)

4) аналітичні: *діалог* (Dialog)

5) прямі: *інтерв'ю, читацький лист, цитата* (Interview, Lesebrief, Zitat)

Інші жанри

1) літературні: *роман, коротке оповідання, жарт, анекдот, вислів* (Roman, Kurzgeschichte, Witz, Anekdote, Spruch)

2) інструктивні

а) щодо дії

- практичні: *інструкція, рецепт* (Anleitung, Kochrezept)
- життєвопрактичні: *порада, гороскоп* (Ratschlag, Horoskope)

б) щодо читання: *вихідні дані, зміст* (Impressum, Inhaltsverzeichnis)

Зазначена класифікація не позбавлена протиріч. Це, насамперед, стосується жанру інтерв'ю, який автор відносить разом з коментарем, глосою

до аналітичних, не згадуючи про рецензії та інші жанри. Інтерв'ю виносять зазвичай окремо через різновекторність цього жанру. Загалом, зазначену дедуктивну класифікацію можна вважати відправною при лінгвістичному аналізі медійних текстів, коли вже в подальшій роботі враховується емпіричний матеріал дослідження.

Як показав критичний огляд літератури, наразі існують різні думки і підходи щодо класифікації текстів (детальніше див. [155, с. 132–144; 246, с. 183; 252, с. 48; 273, с. 28; 400, с. 146; 401; 538]). Так, спочатку класифікації ґрунтувалися виключно на лінгвістичних критеріях, як-от: субституція [395] чи темпоральність [609]. З початком прагматичних досліджень при класифікації текстів почали використовувати диференційні ознаки [544; 545], що й сьогодні не втрачає своєї актуальності. Е. Гросе [382] спробував використати при класифікації текстів семантичні критерії, а Е. Верліх [614] – синтаксичні. З початком 80-х років на передній план при класифікації текстів виходять позатекстові критерії, як-от: ситуація, функція і тема [337; 330; 307], критерії оцінки і мета інтеракції [420], мовленнєві акти [538]. Поступово науковці почали поєднувати ці інтра- й екстралінгвальні критерії, що невдовзі втілилося в так званих багаторівневих моделях, наприклад, у В. Гайнемана і Д. Фівегера [400].

У роботі приєднуємося до думки тих науковців (В.Є. Чернявська, К. Adamzik, W. Heinemann, M. Heinemann, W. Viehweger, O. Krohn та інші), які вважають, що типологію текстів слід розглядати не як сталу, закриту, дійсну для всіх часів модель, а як відкриту, мобільну систему, яка зможе сприймати можливі зміни в текстах. Адже типологія текстів потрібна для того, щоб при проведенні певного текстового дослідження мати достатньо чітку картину щодо об'єкта аналізу.

Остаточного поділу всіх жанрів наразі ще не створено з об'єктивних причин, хоча такі спроби були і, мабуть, будуть надалі (пор. [50; 53; 275; 538]). Подібно до того, як не вдалося виокремити в структурній семантиці повний перелік семантичних компонентів при аналізі значень лексичних одиниць, так і

в лінгвістичній генології це завдання видається досить проблематичним з огляду на постійні зміни в мові, величезний обсяг текстового матеріалу, перетини різних сфер комунікативної діяльності людини і т.п. Очевидно, це можна буде реалізувати лише із залученням комп'ютерних технологій у рамках корпусної лінгвістики (пор. [547]). Наразі постає питання доцільності пошуку такої всеохоплюючої типології з огляду на її можливу короткотривалу валідність. Тому більш корисним видається створення детальних типологій текстів, або, принаймні, моделей (прототипів) текстів у певній сфері людського спілкування, як-от у релігійному, військовому, педагогічному, медійному, науковому та інших дискурсах. Або ж, не вдаючись у класифікаційні питання, описувати найчастотніші конкретні жанри з практичних міркувань і відштовхуватися від загальних фонових знань носіїв мови (пор. [277; 278; 360; 374; 461]).

Виходячи з об'єкта нашої студії, послуговуємося відомими загальними класифікаціями медійних текстів В.Й. Здоровеги, К. Брінкера, Г.Г. Люгера, Е. Штраснера та інших і обмежуємося частотними жанрами інформаційних і аналітичних класів текстів: замітка (нім. Meldung), інформаційна стаття (нім. Nachricht), кореспонденція (нім. Bericht), синоптичне повідомлення (нім. Wetterbericht), коментар (нім. Kommentar), інтерв'ю (нім. Interview), які трапляються в німецькій і українській медіапрактиці. У роботі не ставиться за мету зіставити усі наявні медійні жанри в досліджуваних мовах з декількох причин. По-перше, не завжди простежується функціональна відповідність між жанрами в німецькій й українській медійних лінгвокультурах. По-друге, в жанровій царині можна говорити лише про прототипи певних видів текстів без чітких меж між ними (пор. [450; 577, с. 35; 361]). І, нарешті, в дійсності постійно відбувається змішування, так звана гібридизація, контамінація, дифузія жанрів, що робить спроби строгого розмежування малоефективними (пор. [495; 252 тощо]).

1.2 Текст як об'єкт інтерлінгвального порівняння

Сучасна контрастивна лінгвістика тексту розглядається як складова дисципліна контрастивної (зіставної, порівняльної, компаративної) лінгвістики, яка почала активно розвиватися з середини ХХ ст., хоча її теоретичні основи були закладені ще І.О. Бодуеном де Куртене, Л.В. Щербою, Є.Д. Полівановим (пор. [38; 52; 73; 133; 134; 135; 150; 152; 157, с. 239; 160; 161; 165; 170; 182, с. 5–13; 188; 200; 233; 234; 235; 236; 256, с. 6; 292; 354; 579; 588; 604]). На відміну від порівняльно-історичного мовознавства вона зорієнтована на дослідження одиниць від фонетичного до текстового рівнів у синхронічному зрізі незалежно від генетичної спорідненості між мовами. Центральним поняттям тут виступає так зване *tertium comparationis*, тобто спільний знаменник порівняння (пор. [139 та інші]).

У колишній НДР, а також Польщі була поширена назва "конфронтативна лінгвістика", яка, на відміну від згаданої вище дисципліни, ставить собі за мету встановлювати як розбіжності (контрасти), так і подібності між мовами [319, с. 376]. Ці два означення зазвичай використовують синонімічно, але домінує назва "контрастивна лінгвістика". Нейтральним надпоняттям можна вважати термін "порівняльна" або "зіставна лінгвістика" з уточненням "синхронічна" (пор. [182, с. 5; 301; 354]).

Контрастивна лінгвістика пов'язана в широкому сенсі з мовною типологією, яка намагається створити лінгвальну типологію на основі подібності між мовами. Предметом дослідження мовної типології вважається, насамперед, синтаксис і морфологія. Різниця між обома дисциплінами полягає у способі опису. Якщо контрастивна лінгвістика обирає собі *tertium comparationis* в обох мовах, то зазначена типологія аналізує всю мовну систему (пор. [319]).

Певною мірою контрастивна лінгвістика перетинається з контактною лінгвістикою (нім. *Kontaktlinguistik*), насамперед, у питанні інтерференції як результаті взаємодії рідної й іноземної мов. Ця проблема відіграє важливу роль

у класичній, дидактично орієнтованій контрастивній лінгвістиці (пор. [393, с. 24]). У дидактично неорієнтованій контрастивній лінгвістиці це питання розглядається частково, або ж залишається зовсім поза увагою. На відміну від дидактично орієнтованої контрастивної лінгвістики, контактна лінгвістика займається різними видами інтерференції при будь-якому мовному контакті.

Контрастивна лінгвістика тісно пов'язана також з такою дисципліною, як лінгвістика помилок (нім. *Fehlerlinguistik*, англ. *error analysis*), що поширена в західноєвропейському мовознавчому науковому просторі. Ці дві дисципліни перебувають у комплементарних відношеннях і різняться своєю спрямованістю. Контрастивна лінгвістика досліджує в проспективному плані, тобто намагається передбачити важкі моменти при опануванні іноземної мови, а лінгвістика помилок аналізує вже зроблені помилки при опануванні як рідної, так й іноземної мов (пор. [327; 362; 588]).

Тісний зв'язок спостерігається між контрастивною лінгвістикою і перекладознавством (теорією перекладу), які традиційно вважаються теорією і практикою [255, с. 10–14]. Спільним моментом тут є попарне зіставлення мовних перекладів. За В. Коллером контрастивна лінгвістика є "наукою про *langue*", а перекладознавство – це "наука про *parole*" [443, с. 223]. Контрастивна лінгвістика може виконувати при пошуці еквівалентів у перекладі свою евристичну функцію, особливо тоді, коли залучаються як факти мовної системи, так і факти мовної норми (пор. [135, с. 75]). Разом з тим, для контрастивної лінгвістики порівняння перекладів не є її основною метою, а, скоріше, допоміжною [604, с. 7].

Через різновекторність контрастивної лінгвістики існують різні бачення її мети. К. Райн розуміє під контрастивною лінгвістикою детальний зіставний мовознавчий аналіз, при якому виявляють не спільності, а розбіжності між порівнюваними мовами [533, с. 1]. Г. Нікель [502, с. 169] вбачає мету контрастивної лінгвістики у зіставленні лише тих ділянок мови, які мають практичне застосування (пор. [574, с. 261]). На думку У. Вайнрайха

контрастивну лінгвістику слід розглядати як теоретичну науку, яка перебуває між двома згаданими вище поглядами [608].

На нашу думку, контрастивна лінгвістика – це синхронічна дисципліна, мета якої полягає у виявленні розбіжностей і подібностей між порівнюваними мовами на всіх її рівнях з метою практичного застосування отриманих результатів.

Контрастивна лінгвістика тексту (текстологія) як складова контрастивної лінгвістики перебуває лише на початковій стадії свого розвитку. Сам термін "контрастивна текстологія" утвердився в західноєвропейському лінгвістичному дискурсі завдяки монографії Р. Гартмана "Contrastive textology" [393] і доповіді Б. Шпільнера "Textsorten im Sprachvergleich. Ansätze zu einer kontrastiven Textologie" [568].

Р. Гартман дав загальний теоретичний напрям дослідження в цій царині лінгвістики, зазначаючи, що аналіз дискурсу без зіставлення є неповним як і контрастивний аналіз без текстової бази [393, с. 31]. Для Р. Гартмана контрастивна текстологія – це лінгвістична наука, що займається порівнянням текстів і умовами їх виникнення. Ознаками цієї науки є: комбінація прагматичної лінгвістики тексту і контрастивного аналізу мови; внутрішній поділ цієї дисципліни на граматику тексту, синтаксис тексту і семантику тексту. На його думку, до контрастивної текстології належать всі лінгвістичні науки, що пов'язані з текстом як одиницею дослідження. Автор залучає до цієї науки різні дисципліни, які корисні для зіставних досліджень, і які теж мають користь з подібних розвідок. Велику увагу при цьому Р. Гартман приділяє питанням перекладу й оволодіння іноземною мовою.

Серед методів аналізу Р. Гартман особливо виділяє зіставлення паралельних текстів, розрізняючи тут такі три групи: 1) паралельні тексти-переклади, 2) паралельні адаптовані тексти, 3) паралельні жанри [393, с. 37].

Третя група паралельних текстів, на думку автора, є найбільш цікавою для проведення контрастивних досліджень, оскільки тут йдеться про автономні тексти, тобто такі, що є незалежними від іншомовних текстів (пор. [571]).

Важливість критерію жанрової відповідності підтверджується також статистичними результатами досліджень текстів різних стилів, які доводять, що тексти різних жанрів істотно відрізняються один від одного на всіх рівнях мовної структури – від фонем до речення [232].

У зв'язку з цим поділом Б. Шпільнер [568] розглядає більш детально саме практичні питання зіставлення. Автор виокремлює такі напрями аналізу: 1) текстолінгвістичне системне порівняння; 2) порівняння частоти і норми; 3) текстолінгвістичний аналіз помилок; 4) порівняння текстів перекладу (відповідає 1 пункту за Р. Гартманом); 5) аналіз паралельних текстів, де об'єднано 2 і 3 пункти Р. Гартмана; 6) порівняння нормативної риторики і стилістики [568, с. 240].

Під аналізом паралельних текстів Б. Шпільнер розуміє зіставлення текстів, які не перебувають один до одного у відношенні перекладу, але з тематичних і прагматичних причин можуть виступати об'єктом дослідження. Автор розрізняє також підвиди цього методу: а) порівняння адаптованих текстів, тобто пристосованих текстів у різних мовних середовищах, наприклад, *рекламні тексти, короткі повідомлення міжнародних інформантств* тощо; б) ситуативно адекватне текстове порівняння, тобто зіставлення текстів з подібною тематикою в адекватних мовних ситуаціях (місце, привід, мета тощо) або адекватною стратегією; в) зіставлення жанрів [568, с. 241–242].

Серед виділених груп Б. Шпільнером є такі, що можна об'єднати. Так, наприклад, групи (б) і (в) взаємопов'язані, оскільки жанри, як правило, зумовлені ситуацією (пор. [377, с. 8]). У Р. Гартмана вони представлені в третьому пункті. Тому паралельними текстами можна вважати адаптовані тексти і тексти одного жанру (вживання в подібній ситуації).

Не заперечуючи значення зіставлення тексту-оригіналу і тексту-перекладу, які цікаві, насамперед, для теорії перекладу, Б. Шпільнер [568, с. 122] зазначає, що при текстовому перекладі відбувається вплив тексту-оригіналу на текст-переклад на різних рівнях, тому слід досліджувати паралельні тексти в подібній ситуації на матеріалі різних мов. Саме такі

контрастивні дослідження останнім часом інтенсивно проводяться, як правило, на матеріалі нелітературних видів текстів (див. [273; 274; 276; 346–348; 475; 488; 519; 524; 552]).

На ранній стадії розвитку контрастивної лінгвістичної генології основна увага приділялась зіставленню невеликих стандартизованих видів текстів, наприклад, вкладка, рецепт, прогноз погоди, некролог, анотація, заголовок тощо [351; 352; 408; 503; 510; 521; 535; 551; 569; 575; 576; 595]. З 90-х років зростає інтерес до фахових видів текстів [317; 355; 359; 377; 380; 444; 445; 513; 597; 607]. Наразі дослідників більше цікавлять лінгвокультурні відмінності текстів [79; 195; 275; 348; 364; 448; 501; 587; 622].

Важливою вимогою у текстових контрастивних студіях є дотримання основної умови при їх зіставленні – жанрової відповідності (пор. [597]). Дослідження паралельних текстів одного виду, що створюються незалежно один від одного в різних мовних середовищах, має перспективи для контрастивних студій через те, що тут простежуються зв'язки між екстралінгвальними факторами і мовним відтворенням (пор. [567, с. 4]). За такий напрям дослідження виступає і відомий німецький вчений В. Гладров [43], якому належать численні контрастивні студії на матеріалі російської і німецької мов.

К. Адамцік [276, с. 13–26] і В. Пьокл [447, с. 13–46] спробували зібрати й узагальнити дослідження, присвячені контрастивному аналізу жанрів на матеріалі різних мов. При цьому К. Адамцік слушно зауважує, що всеохоплюючий огляд окремих результатів цих досліджень майже неможливий, оскільки вони різновекторні і не пов'язані один з одним. Як зазначають обидва автори, спостерігається тенденція або до аналізу окремо взятих прикладів певних жанрів, або ж до розгляду на матеріалі відносно репрезентативної вибірки лише коротких за обсягом текстів, наприклад, некрологів, оголошень, рецептів, прогнозів погоди тощо.

1.3 Медіатекст як об'єкт дослідження

У сучасному мовознавстві активно розвивається нова дисципліна, яка отримала назву "медіалінгвістика" (нім. *Medienlinguistik*, англ. *media study*). У центрі її уваги перебуває функціонування мови в засобах масової інформації (дет. див. [55; 167; 178; 200; 201; 258; 283; 284; 310; 311; 314; 315; 321; 340; 412; 415; 446; 473; 475; 494; 514; 526; 527; 554; 581]). Зазначена дисципліна об'єднує усі студії, які досліджують мову преси, радіо, телебачення, Інтернету тощо [34; 171; 222; 266; 415; 418; 465; 487; 497]. У вітчизняних роботах цю сферу реалізації мови розглядають переважно з погляду стилістики, тому вона отримала назву "газетно-публіцистичний стиль". Спільним для двох поглядів виступає сам об'єкт аналізу. Відмінністю можна вважати те, що німецькі науковці досить широко розглядають це питання, а вітчизняні обмежуються переважно мовними аспектами цієї сфери комунікації.

Значення мови преси як одного з виявів мас-медіа, на думку Г. Люгера, відомого німецького дослідника в цій царині, полягає в тому, що вона не лише фіксує стан мови в певну епоху, але й безпосередньо відіграє важливу роль при створенні та зміні мовних норм [474, с. 1].

Інтерес до мови мас-медіа зумовлений багатьма факторами, насамперед, її здатністю фіксувати найактуальніші тенденції розвитку мовної системи. Як найбільш відкрита для всіх інших комунікаційних сфер діяльності людини, мова мас-медіа виступає активним посередником між ними. Тому сучасна медійна мова – це досить гетерогенне явище, де перетинаються різні функціональні стилі: від наукового до розмовного. Це відображається на її так званому газетно-публіцистичному стилі, який посідає проміжне місце між іншими стилями (розмовно-побутовим, науковим тощо).

Характеризуючи газетно-публіцистичний стиль, А.Д. Швейцер [256] виділяє такі риси: деспеціалізація, спеціалізація, орієнтація на знання реципієнта, актуальність, стандартизація, стислість. Деспеціалізація розуміється як уведення в ужиток слів-термінів з інших сфер діяльності, що робить

їх зрозумілими для широкого кола читачів. Під спеціалізацією автор розуміє формування своєї жанрової диференціації, тобто створення своїх мовних особливостей. Оскільки газета є односторонньою комунікацією, то для вдалої комунікації журналіст повинен орієнтуватися на фонові знання реципієнта. Найвагомішою рисою цього стилю вважають актуальність, яку розуміють як прагнення швидкої подачі останніх новин, що призводить до постійного "браку часу" і обумовлює решта особливостей мови преси: стандартизацію і стислість подачі інформації (пор. [310; 311; 315; 474; 582; 583]).

Український мовознавець-публіцист В.Й. Здоровега [68, с. 17–22] називає, окрім актуальності як головної ознаки журналістського твору, також оперативність, політичну гостроту, практичну спрямованість, постійну циклічну повторюваність тем, строгий документалізм тощо. Ці ознаки з погляду публіцистики доповнюють наведені вище лінгвістичні.

У "Практичній стилістиці української мови" А.О. Капелюшного під публіцистичним стилем розуміють функціональний різновид літературної мови, який використовують в ЗМІ, ораторських і пропагандистських виступах. Для нього характерні популярність, образність, полемічність викладу, яскравість засобів позитивної чи негативної експресії. Ознаками цього стилю є: використання суспільно-політичної лексики, швидке оновлення лексичного складу, ощадливість мовних засобів, емоційно-оцінні слова, експресивно зв'язане слововживання, перифрастичні побудови, фразові серії, складні прикметники тощо. Поєднання експресії та стандарту – це конструктивний принцип мовлення в ЗМІ. Залежно від того, який саме вид мас-медіа використовують, виділяють такі різновиди, як газетний, телевізійний тощо [77, с. 14–15]. Наразі через об'єктивні причини друковані видання все більше переходять в електронну форму існування, що також привносить свої ознаки: візуальну атрактивність, суперактуальність, мультимедійність, двосторонність тощо (пор. [250; 484]).

Мова мас-медіа була і залишається предметом критики. Як зазначає Е. Довіфат, ця критика існує стільки, скільки існує сама мова преси [342, с.

124]. Критикують її за ті ознаки, які вважаються її особливостями. Саме вони роблять мову преси стилістично спрощеною, повною кліше, повторів і т.п.

При цій нормативно-мовній критиці не беруть до уваги умови, в яких створюються медійні тексти. Це, насамперед, цейтнот і постійне використання даних різних інформангентств (пор. [474, с. 3–6]).

Мову мас-медіа критикують також через політичну й ідеологічну заангажованість. Незважаючи на те, що ЗМІ як четверта гілка влади повинна висвітлювати події в світі та країні об'єктивно і повно, редакції медіавидань змушені через економічну залежність представляти чийсь інтереси. Г. Люгер говорить тут про мовну детермінацію і мовні правила [474, с. 6–11]. Перше можна тлумачити як можливість маніпулювати думкою громадськості через мову. Це здійснюють певним чином через підбір матеріалу до друку і акцентування уваги читача в статтях на певні моменти.

Предметом критики мови мас-медіа є також підбір лексики, яка несе в собі певне конотативне значення. Так, у німецькій мові через негативну конотацію замість слова "Atomkraft" вживають більш нейтральне "Kernenergie". Це стосується також таких слів, як *"борець за визволення – терорист, сепаратист"*, *"військова операція – війна – антитерористична операція"* тощо. Мовні правила, за Г. Люгером, розуміють як ідеологічні вказівки для мас-медіа щодо використання певної лексики, іншими словами, тут йдеться про евфемізми. Як приклад, можна навести слово *"зачистка"*, яке стало відоме громадськості з початком *"війни, військової операції"* в Чечні.

1.3.1 Ситуативність медіатекстів. Медійні тексти створюють за умов своєї рідної цейтнотівської робочої обстановки авторів-журналістів. Ці умови накладають свій відбиток на оформлення друкованих текстів (пор. [334; 398]).

Газету вважають першим з технічних засобів комунікації, який був розрахований на масовість, періодичність, дистантність, однонаправленість і доступність при розповсюдженні інформації до неоднорідної публіки [335; 582]. З цього випливають основні типові комунікативні ознаки преси:

- Доступність, тобто кожен має можливість взяти участь, принаймні пасивно, в комунікації. Тут немає особливих перешкод, кількість комунікантів необмежена.

- Дистантність, тобто між адресатом і адресантом немає безпосереднього контакту, є певна темпоральна та локальна відстань.

- Однонаправленість, тобто комунікація відбувається лише в одному напрямку, за винятків такого жанру, як лист читача. Для електронних медіа ця ознака стає дедалі нерелевантною.

- Неоднорідність публіки, тобто для адресанта реципієнти невідомі.

Анонімність читачів, без сумніву, впливає на мовне оформлення медійних текстів. Журналіст повинен постійно думати про те, щоб звернутися до якомога більшого кола читачів. Тому стиль написання має бути ні занадто високим, ні занижким, і відповідати фоновим знанням середньостатистичного читача. Як приклад вимоги до газетного стилю можна навести слова Е. Домбровського, одного з співзасновників провідного щоденного видання *Frankfurter Allgemeine Zeitung*: "Ihr müsst so schreiben, dass euch die Marktfrau am Dom versteht, der Winzer in Rheinhessen das Blatt lesenswert findet und auch der Universitätsprofessor euch ernst nimmt" (укр. *Ви мусите так писати, щоб вас зрозуміла продавчиня на центральному ринку, винороб у Рейнгессені зацікавився вашою газетою, і університетський професор сприймав вас серйозно*). Цитата за [363, с. 59]). Варто зазначити, що в умовах конкуренції з новітніми мас-медіа друковані видання певною мірою орієнтуються на свого читача, намагаються вдосконалюватися, проводячи постійно соціологічні опитування тощо.

При створенні медійного тексту К.-Е. Зомерфельд розрізняє три фази: 1) орієнтація; 2) створення концепту; 3) формулювання [562, с. 12].

На початковому етапі виникає певна комунікативна потреба повідомити про щось цікаве та нагальне. При концептуванні на передньому плані стоїть оптимальна реалізація комунікативного наміру, тобто обробка матеріалів з

відповідної теми і з врахуванням об'єктивних і суб'єктивних факторів та умов комунікативного процесу. Фазу формулювання розуміють як виклад комунікативної ситуації у когерентному тексті за прийнятим зразком (моделлю).

Особливістю медійних текстів вважається те, що вони, як правило, не можуть вважатися продуктами роботи окремого автора. При їх створенні задіяна ціла низка співавторів. Газетні тексти ніколи не виникають зовсім ізольовано від навколишнього світу. Вони є, так би мовити, продовженням тих текстів, що передували ним (інтертекстуальність). Кожен новий текст посилається тим чи іншим чином на попередні текстові продукти, уточнюючи або трансформуючи їх (пор. [296, с. 56]).

Наступність повідомлень медійних текстів досить наглядно простежується в заголовках. Не зважаючи на їх стислість і повторюваність, реципієнт розуміє заголовки без прочитання усього тексту статті. Це можливо завдяки тому, що ключові слова вже раніше неодноразово були доведені до реципієнтів у попередніх номерах газети, або через інші засоби комунікації, наприклад, телебачення, радіо, Інтернет. Таким чином, заголовок у медійних текстах попри свої стислі рамки може здійснювати, крім контактної, інформувальної, апелятивної, також орієнтувальну і керувальну функції (пор. [303, с. 213–244; 363, с. 256]). Наприклад:

(3) *"Tschetschenen töten Geisel"*

(ПЗ) *Im Moskauer Geiseldrama spitzte sich die Lage zu* (BZ, 25.10.02)

(3) *"Трагедія в театрі"* (День, 25.10.02)

У наведених заголовках за 25.10.02 даються орієнтири на події у жовтні 2002, коли при звільненні заручників у московському театрі Норд-Ост загинуло багато людей через непрофесіоналізм російських спецслужб. Або інший приклад:

(3) *Snowden wirft Geheimdienst Lüge vor*

(ПЗ) *Whistleblower meldet sich bei amerikanischem Technikfestival in einer Videokonferenz zu Wort* (DT, 11.03.14)

У наведеному заголовковому блоці зазначаються ключові інформаційні кванти повідомлення: *Snowden, Whistleblower, Geheimdienst, Lüge*. Вони сугестивно активують у реципієнта фонові знання про американського програміста, колишнього працівника спецслужб Едварда Сноудена, який передав пресі у 2013 році секретні дані про стеження Агентством національної безпеки США за інформаційними системами багатьох країн світу, що спричинило низку міжнародних скандалів. Через звинувачення в шпигунстві американець мусив тікати до Росії, де отримав політичний притулок.

Найважливішим джерелом інформації в медійній сфері є інформагентства, які надають редакціям газет більшість новин. Вони не працюють безпосередньо з широкою громадськістю, а лише забезпечують друковані видання новинами зі всіх сфер діяльності й зацікавлень (пор. [620, с. 172]). До найбільших міжнародних інформаційних агентств належать *REUTERS, Associated Press (AP), Agence France-Presse (AFP), United Press International (UPI), Deutsche Presse-Agentur (dpa), РІА Новості, Сінхуа*. Німецька агенція *dpa* надає інформаційні послуги німецькою, англійською, іспанською і арабською мовами. Завдяки доступу до всіх інформаційних джерел німецькі медіавидання мають в своєму розпорядженні різноманітний матеріал.

В Україні найважливішими інформагентствами вважається УНІАН, Інтерфакс-Україна та Укрінформ. На відміну від західних інформагенцій, перелічені агентства мають виключно національний характер. Через це світові новини в українських виданнях менше представлені. В українських медіавиданнях поширена практика друку перекладів статей іноземних видань, або створення спільних проєктів із залученням іноземних журналістів.

Інформаційні агентства передають короткі новини в готовій формі. Медіавидання беруть їх до друку одразу після незначної стилістичної правки. Як правило, редакції газет обмежуються загальним корегуванням відповідно до прийнятих вимог видання. Окрім стилістичного аспекту, створення газетного тексту передбачає також його жанрове оформлення залежно від важливості новини та можливостей видання. У результаті усієї цієї роботи виникає

текстовий продукт зі специфічною структурою і відповідними комунікативними функціями.

Використовуючи різноманітні матеріали, автор газетного тексту робить посилення через частотні *verba dicendi* (*sagen, mitteilen, berichten*) і повинен зазначити загальне джерело інформації (евіденційність). Подача вихідних даних про джерело інформації на початку чи в кінці медійного тексту вважається сьогодні стандартом. Подальші вказівки на використання і переробку будь-якої інформації адресат отримує на синтаксичному рівні через відповідні форми передачі непрямой мови, або на лексико-семантичному рівні через використання сталих конструкцій, наприклад:

нім. *Nachrichtenagenturen zufolge; nach FR-Informationen; nach Angaben aus Verhandlungskreisen; nach Berichten von <...>; nach Aussagen von <...>; unter Berufung auf <...>; laut Augenzeugen; <...>, so <...>; <...>, hieß es; wie dpa berichtet, <...>;*

укр. *за словами <...>; як повідомляє <...>; як стало відомо з достовірних джерел тощо.*

У текст агентурних повідомлень редактор може втручатися по-різному. Найчастіше він вдається до скорочень або до перестановки частин тексту. Якщо відібраний агентурний текст через обмаль місця мають скоротити без втрати інформативності, то редактор вдається до компресії матеріалу через конвергенцію та інші морфологічні і синтаксичні трансформації, що ускладнює реципієнту сприйняття інформації, наприклад:

Metanjahu hatte in ersten Stellungnahmen nach seiner Ernennung erklärt, dass der von den USA vorgelegte "Zeitplan" für eine Beendigung des Nahostkonflikts durch den möglichen Irak-Krieg im kommenden Jahr "irrelevant" geworden sei. (BZ, 8.11.02)

Nach intensiver Krisendiplomatie im Iran und in Saudi-Arabien zur Beendigung des Blutvergießens in Syrien <...>. (DT, 20.10.15)

<...> не погоджується з основними висновками звіту американсько-британських експертів про недостатність наданих Україною доказів відсутності факту продажу "Кольчуг" до Іраку. (День, 8.11.02)

Виборчий штаб Джона Маккейна заявив, що це недвозначний натяк на Сару Пелін, кандидата у віце-президенти, яка сказала у своїй промові на з'їзді республіканців, що «хокейні мами» на зразок неї самої відрізняються від пітбулей тільки тим, що користуються губною помадою ("хокейними" або "футбольними" мамами в Америці називають домогосподарок, які присвячують багато часу своїм дітям — у тому числі возять їх у спортивні секції). (День, 13.09.08)

Особливу увагу при створенні медійних текстів приділяється референції, адже потрібно враховувати той факт, що реципієнти друкованих медіавидань отримують новини на наступний день після їх друку. Вказівки на темпоральний чи локальний дейксис лежать в основі особливостей непрямой, дистантної комунікації. Такі дейктичні координати, як нім. *neulich, gestern, hier, dort, drüben* (укр. *нещодавно, вчора, тут, там*), занадто загальні і ускладнюють процес орієнтації для читача, коли він і автор медійного тексту розділені у часі й просторі.

Подібне відбувається з маркерами персонального дейксису, які, на відміну від усних текстів, не притаманні газетним текстам (окрім текстів-інтерв'ю). Це пояснюється анонімним відношенням між реципієнтом і адресантом. Якщо автор порушує анонімність вживанням особових займенників, то це може свідчити про певну інтенцію автора. Зазвичай це трапляється в аналітичних видах газетних текстів, наприклад, коментарях, глосах тощо. Так, у коментарях при вживанні прямого звертання автор намагається спонукати читача до певних дій (пор. [518, с. 197]).

Одним з важливих моментів журналістської діяльності є питання про добір матеріалу та його оцінка за важливістю. При цьому ставлять, зазвичай, такі питання:

– Які теми мають піти у номер, чи вони цікаві для читача і можуть спонукати його до читання принаймні після певної обробки даних інформаційних агентств?

– Яка рубрика пасує більшою мірою для того чи іншого інформаційного матеріалу; де саме в рубриці місце тієї чи іншої статті?

– Який вид тексту варто обрати? Подати статтю як передовицю з відповідним графічним оформленням (розмір шрифту, колір тощо) і, можливо, підкреслено високим стилем? Орієнтуватися на фахову публіку чи на простого читача, що, у свою чергу, вплине на підбір лексики і т.п.

Засоби масової інформації намагаються сьогодні надавати громадськості більший вибір щодо новин, тим самим експліцитно вони не вдаються до впливу на громадську думку. ЗМІ визначають тематичну структуру громадської комунікації. Така тематизація відбувається декількома шляхами, насамперед, через сам добір інформаційного матеріалу, а також технічне оформлення і форми подання матеріалу в газеті. Все це може надати певній інформації потрібного значення.

Г.-Ю. Бухер [311, с. 15], розглядаючи критерій важливості, яким журналісти керуються при виборі і презентації матеріалу, побачив такі тристоронні відношення: "Etwas ist unter einem bestimmten Aspekt relevant für etwas, im Vergleich zu etwas anderem" (укр. *Щось в певному аспекті має значення для чогось порівняно з чимось іншим*).

Численні дослідження в царині медіалінгвістики доводять, що, окрім тематики статей, важливу роль відіграє дизайн. Формальні засоби виділення тексту статті, тобто розміщення на шпальті, величина шрифту, колір заголовка тощо створюють більший ефект для заохочення до читання, ніж усі інші фактори повідомлення (пор. [341, с. 395; 387]).

Друковані видання не можуть конкурувати з новітніми Інтернет-виданнями у швидкості та технічних можливостях повідомлення. Тому цей факт певним чином впливає на вибір і надання переваги певним темам у

друкованих виданнях. Функціями сучасних газет можна вважати, насамперед, орієнтацію на читача, а також роз'яснення, конкретизацію подій сьогодення. У провідних виданнях велику увагу приділяють підбору ґрунтовного аналітичного матеріалу, який доповнює Інтернет-, радіо- і телеповідомлення. Через це з'являються нові жанри, як, наприклад, опитування експертів, документації, політичний портрет тощо (пор. [54, с. 49]).

Комунікація у друкованих мас-медіа відбувається відкрито, через що кількість її учасників теоретично необмежена. Це, в свою чергу, не дає можливості виділити риси типового читача. Для редакції газети, яка прагне отримати якомога більшу кількість читачів, вони є гетерогенними. Дуже важко врахувати рівень фонових знань всіх реципієнтів, їх уподобання, звички тощо. Налаштування на певну публіку впливає на форму викладу матеріалу, мовний рівень тощо. Прикладом різної орієнтації і, як наслідок, її реалізації можна навести контраст на всіх рівнях – від оформлення до змісту – між такими провідними виданнями, як *Frankfurter Allgemein Zeitung*, *Berliner Zeitung*, *День*, *Дзеркало тижня* і бульварними виданнями, наприклад, *Bild*.

У процесі інформування журналіст намагається подати матеріал так, щоб його зрозуміли. У цьому зв'язку Г. Бургер [314, с. 252] вказує на те, що слід розрізняти два терміни: "Verstehen" (укр. *розуміння*) і "Verständlichkeit" (укр. *зрозумілість*). Терміном "Verstehen" оперують щодо психолінгвістичних процесів, які відбуваються при обробці текстів у реципієнта. На цей процес журналіст не може вплинути, проте він має вплив на "Verständlichkeit" самого тексту. Показником цього виступають об'єктивні властивості тексту, як, наприклад, ступінь складності синтаксису та лексики. Окрім виключно мовних факторів значну роль тут відіграють також формальні графічні елементи текстової будови, які привертають увагу читача (пор. [582, с. 72]).

Г.-Ю. Бухер звертає увагу на те, що в прагненні полегшити сприйняття інформації викристалізуються нові види текстів, які ще не зафіксовані в спеціальній літературі, наприклад, так званий нім. *der Anreißer*, який можна перекласти як "зазивач". Автор розрізняє три варіанти: *der Meldungsanreißer*

(укр. *замітка-зазивач*), *der Fragestellungs-Anreißer* (укр. *питання-зазивач*) і *die illokutionäre Ankündigung* (укр. *ілокутивний анонс*). Ці три варіанти нового виду тексту безпосередньо пов'язані зі статтями, що розташовані в середині друкованого видання, виконуючи роль рекламних оголошень. Так, *Anreißermeldung* є типовими для кореспонденцій, *Fragestellungs-Anreißer* і *illokutionäre Ankündigung* вказують переважно на аналітичні статті або фічери (англ. *feature*) [312, с. 50].

У медійних текстах сучасних видань простежується фрактальний принцип будови, коли адресат отримує спочатку загальну, ущільнену, атрактивну інформаційну картину про актуальні події в світі з можливістю подальшого детального ознайомлення з новинами. При цьому адресат вдається спершу до селективного читання заголовків і лідів на титульній сторінці і за потреби може перейти до детального ознайомлення з самим текстом публікації в середині медіавидання. Цьому сприяють спеціальні рубрики, наприклад, зміст видання, різноманітні анотації статей тощо. Аналіз сучасних німецьких і українських друкованих мас-медіа показує, що спостерігається також загальна тенденція до насиченої подачі новин на першій сторінці, де намагаються привабити потенційного читача різноманітним поєднанням вербальної і візуальної інформації.

Отже, ситуативність як один з важливих факторів при створенні мас-медійних текстів суттєво впливає на їх вербальні і невербальні характеристики.

1.3.2 Жанри друкованих медіа. Сучасні медійні тексти, як показують останні дослідження публіцистичного корпусу в різних мовах, можна представити як певне польове утворення. Так, на прикладі російськомовних газет встановлено [131], що ядро сучасних газетних текстів утворюють власне газетні жанри, наприклад, замітка, кореспонденція, коментар тощо. Периферію складають такі види текстів, що виникають при взаємодії газетної публіцистики з іншими сферами мовленнєвої практики – ділової, наукової, художньої, розмовної. Ближче до ядра розташовані художньо-публіцистичні

тексти (історія, каламбур і т.п.), науково-публіцистичні тексти (науково-публіцистична стаття), рекламні матеріали. Решта текстів, що трапляються на шпальтах газет, наприклад, офіційні документи, тести, ігри тощо, є типовими для інших комунікаційних сфер діяльності людини й їх присутність можна розглядати як прагнення медіавидань забезпечити читацьку аудиторію офіційною або розважальною інформацією. Все це свідчить про те, що медійний дискурс є одним із найбільш відкритих, що, у свою чергу, ускладнює класифікацію медійних текстів.

На думку багатьох вітчизняних фахівців з журналістики, у сучасних друкованих ЗМІ жанрова палітра розвивається настільки стрімко, що вітчизняні теоретичні розробки фіксують, у кращому випадку, її вчорашній день. Спеціальних досліджень щодо специфіки розвитку газетних жанрів в Україні не велися впродовж останніх десятиліть. Зміна політико-економічної ситуації в державі і кардинальна переоцінка поглядів на мораль спричинили радикальні зміни у суспільстві. Через це українські фахівці змушені спиратися переважно на розробки закордонних колег, які мають більший досвід роботи, теоретично опрацювавши практичний матеріал власних друкованих видань [63, с. 139; 30]. Тому в нашій студії ми беремо за основу здобутки німецьких медіадосліджень із врахуванням українських розвідок.

Конвенційно розрізняють три великі царини засобів масової комунікації: телебачення, радіо та друковані видання. Останнім часом все більше поширюється Інтернет як інформаційне джерело, де присутні елементи трьох вище згаданих сфер комунікацій. У роботі основна увага сфокусована на друковану форму комунікації на матеріалі газетних видань, тому обмежимося розглядом саме цієї царини.

За домінуючим функціональним навантаженням газетні тексти прийнято поділяти на три великі класи: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні (див. рис. 1.1). Як справедливо вказує В.Й. Здоровега, цей поділ вважається умовним, оскільки журналістська практика багатша за наукові уявлення про газетні тексти [68, с. 152]. Окрім того, за спостереженнями

багатьох дослідників для сучасних мас-медіа характерна тенденція до змішаних, гібридних форм (пор. [63; 222; 315; 361; 495]).

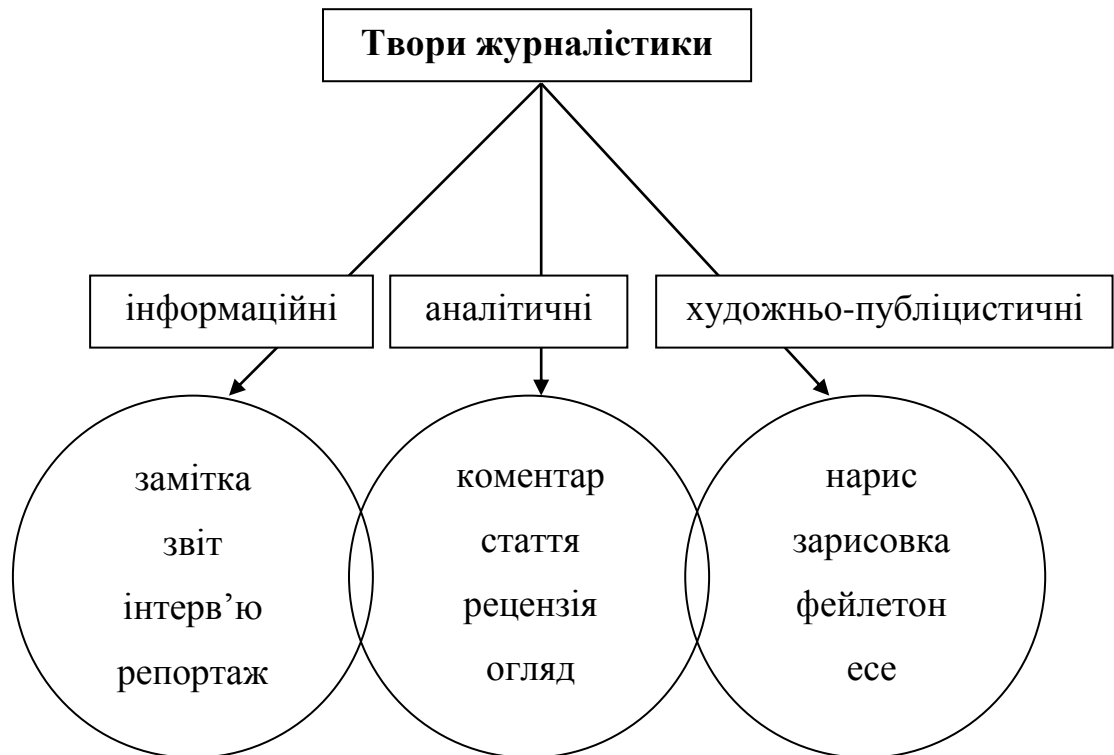


Рис. 1.1. Поділ мас-медійних жанрів за В.Й. Здоровогою [68, с. 154].

При класифікації газетних текстів, як засвідчують результати багатьох попередніх робіт, варто застосовувати зовнішні та внутрішні критерії [285, с. 40; 363, с. 57; 470, с. 249; 594]. До зовнішніх критеріїв відносять функцію / інтенцію тексту і комунікативну ситуацію. Під інтенцією тексту розуміють мету, яку переслідує автор тексту в певній комунікативній ситуації. Питання про функції тексту пов'язані з питанням про функції мови, оскільки текст можна розглядати як зафіксоване мовне висловлювання. Ще К. Бюлер виділив три функції мовного знака: функція зображення (нім. *Darstellung*) предметів, подій; функція вираження (нім. *Ausdruck*) внутрішніх почуттів, емоцій і ставлень мовця; функція звертання (нім. *Appell*). Зазвичай виходять з того, що в кожному тексті варто шукати провідну функцію, оскільки в тексті може бути не лише інформування, а й вплив, звертання тощо. Для медійних текстів характерне поєднання інформаційної функції з персуазивною.

Спираючись на класифікацію ілокутивних класів Дж. Серля [558], К. Брінкер [307, с. 108–123] наводить п'ять текстових функцій:

Інформаційна функція. Адресант дає зрозуміти адресату, що хоче повідомити йому щось нове. Це характерно для такого жанру, як *замітка*.

Апелятивна функція. Адресант дає зрозуміти адресату, що хоче спонукати його до прийняття певного погляду стосовно чогось (вплив на думку) і / або здійснення певної дії (вплив на поведінку). Це характерне, наприклад, для жанру *коментар*.

Зобов'язувальна функція. Адресант дає зрозуміти адресату, що зобов'язується виконати стосовно нього певну дію, наприклад, у *договорі*.

Контактна функція. Адресант дає зрозуміти адресату, що тут йдеться про особисті стосунки (налагодження і підтримка особистих контактів), наприклад, у жанрі *лист співчуття* (нім. *Kondolenzbrief*).

Декларативна функція. Адресант дає адресату зрозуміти, що певний текст створює нові реалії, наприклад, у жанрі *заповіт* (нім. *Testament*) тощо.

Читач-реципієнт має розпізнати функцію тексту, аналізуючи його частини. Так, німецький дослідник М. Дімтер [337] провів експеримент щодо того, чи читач у змозі визначити жанри незалежно від теми. Автор зібрав 10 різних жанрів (інструкція, некролог, комерційний лист, коментар тощо), замінив звичайні слова на вигадані, але які сприймалися як німецькі. При цьому дослідник зберіг оформлення текстів. У текстах залишалися незмінними займенники, артиклі, сполучники, числівники, форми допоміжних дієслів. Експеримент показав, що інформанти можуть визначити такі жанри, як некролог, заповіт, рецепт у 90 % випадків, а коментар – лише в 42 %. Подібний результат отримано також у Потсдамському університеті [577, с. 38]. Отже, читач спроможний поєднати поверхневі структури з певним жанром.

До внутрішніх критеріїв відносять, насамперед, сам предмет повідомлення, або тему повідомлення і композиційно-стилістичні форми текстів. Тут враховується форма подачі матеріалу, або розгортання теми [307, с. 59–68], яка може мати такі прояви:

Дескриптивна форма подачі матеріалу (опис). При описі тема розгортається в її підтемах у часовій і локальній послідовності. Яскравим прикладом такого опису є *кулінарний рецепт* (нім. *Kochrezept*).

Наративна форма подачі матеріалу (розповідь). При наративній формі викладу темою є певна подія, що відбулася, і в якій певним чином був задіяний адресант. При цьому центральними категоріями є інформування про незвичну подію та її перебіг, а також оцінка та ставлення оповідача до події. Прикладами наративної форми подачі матеріалу є *звіт* (нім. *Bericht*), *репортаж* (нім. *Reportage*).

Експлікативна форма подачі матеріалу. При цій формі відбувається пояснення певного пункту тексту іншими його частинами. Частковим прикладом може слугувати пояснювальна частина *інструкції*.

Аргументативна форма подачі матеріалу, в основу якої покладена аргументативна модель С. Тулміна [596] за принципом: *якщо* > (*правило*) > (*модифікатор*) > *тоді*. Аргументативна форма трапляється в *рішеннях суду*, *наукових роботах* тощо.

Розглянемо коротко ті жанри, які є об'єктом нашого дослідження. Як показав критичний аналіз літератури з цієї проблематики, існує певна термінологічна і класифікаційна плутанина щодо самих назв газетно-публіцистичних текстів. Варто також зауважити, що між журналістською і лінгвістичною класифікаціями немає однастайності. Насамперед, це стосується німецького терміну *Nachricht* (укр. *повідомлення*, відповідник в українській медіапрактиці *змітка*, рос. *заметка*), який використовується як для позначення чогось "нового", так і для назви жанру. Г. Бургер [315, с. 211] виступає проти використання цього терміна для позначення певного виду текстів, в той час як Г. Люгер [474, с. 66] його широко використовує.

Слідом за Г.-Ю. Бухером [310, с. 83] Г. Бургер [314, с. 329] наводить такі характеристики основних мас-медійних жанрів, спираючись на мовленнєві дії, які відбуваються в цих видах текстів:

I

1. повідомити, що відбулося
2. де це сталося
3. коли це сталося
4. як це сталося
5. чому це сталося
6. хто був при цьому задіяний.

II

1. повідомити, як відбувалася подія
2. як взаємопов'язані окремі аспекти події
3. які наслідки має ця подія
4. що передувало цій події
5. в яких соціальних
6. історичних
7. політичних
8. культурних аспектах перебуває ця подія

III

1. повідомити, що журналіст побачив, почув, пережив
2. з якої перспективи зображується ця подія
3. яку інформацію отримав журналіст з цього питання
4. у яких політичних
5. історичних
6. соціальних
7. культурних зв'язках бачить журналіст подію
8. яку роль відіграв журналіст при пошуку інформації
9. якою мірою журналіст пережив те, про що повідомляє.

До замітки (нім. *Meldung*) Г. Бургер відносить форми першого рангу I, до кореспонденції (нім. *Bericht*) – форми I і II рангів, до репортажу (нім. *Reportage*) – форми III-го рангу. Кореспонденція, за Г. Бухером [310, с. 83], може бути поділена на статтю про подію (нім. *Ereignisberichterstattung*, II, 1–4)

й аналітичну статтю (нім. *Hintergrundsberichterstattung*, II, 5–8). Ці класифікаційні ознаки виділяє й Г. Люгер [474, с. 93] для замітки, повідомлення, кореспонденції та репортажу.

Г. Люгер виокремлює газетні тексти на основі їх інтенцій і розрізняє контактнорієнтовані, інформаційні, аналітичні й апелятивні жанри [474, с. 54]. До інформаційних відносять зазвичай такі медіатексти, як нім. *Meldung* (укр. *замітка*), *harte Nachricht* (укр. *жорстке повідомлення*), *weiche Nachricht* (укр. *м'яке повідомлення*), *Bericht* (укр. *кореспонденція, звіт*), *Reportage* (укр. *репортаж*), *Porträt* (укр. *портрет*).

Жанр *замітка*, за Г. Люгером, містить простий інформаційний факт, де обмежуються наведенням основних фактів без висновків, аналізу тощо [474, с. 91; пор. 222, с. 274]. Наступною, більшою в квантитативному і квалітативному плані формою інформаційного жанру є інформаційна стаття або розширена замітка (нім. *Nachricht*). Цей вид тексту поділяється на два варіанти, назви яких запозичені з англійської мови: *hard news* (укр. "жорсткі новини") і *soft news* (укр. "м'які новини"). Жанр *harte Nachricht* подає читачеві актуальну, фактичну інформацію без коментарів (пор. [361, с. 29; 474, с. 91; 508, с. 17]). Тематикою цього жанру є політика й економіка. Як і в замітках, у центрі уваги інформаційних статей є певний факт, який може уточнюватися і доповнюватися. Для зазначеного жанру характерна своя композиційна будова, в основі якої лежить принцип "оберненої піраміди", тобто найголовніше спочатку. В такому виді текстів заголовки називає тему події. Перший абзац, який часом виділяють жирним шрифтом, доводить до відома читача суть цього повідомлення. У наступних частинах тексту розкриваються, конкретизуються деталі новини. Обсяг таких інформаційних статей складає, за Г. Люгером, у середньому не більше чотирьох абзаців, або 40–50 рядків. Зачин (нім. *Lead, Vorspann*) інформаційної статті можна порівняти зі скомпресованою заміткою.

Weiche Nachricht, на відміну від *harte Nachricht*, за своєю структурою більш варіативний і характеризується залученням інтригуювальних компонентів. Тематику таких повідомлень є так звані теми загального людського інтересу,

наприклад, скандали, злочини, природні катастрофи, нещасні випадки, події світського життя тощо. Особливу увагу в цьому жанрі приділяють початковій і кінцевій частинам. Тим самим журналісти намагаються спонукати адресата до прочитання всього повідомлення. Для заголовків "м'яких новин" характерні різноманітні риторико-стилістичні тропи. Події зображуються в часовій і просторовій послідовності (пор. [474, с. 91; 580]).

На щабель вище за інформаційну статтю перебуває *кореспонденція*. Цей вид тексту, за Г. Люгером, розуміється як комплексна, більш різноманітна інформаційна стаття. В центрі її уваги перебуває певна подія, про яку докладно повідомляють, використовуючи цитати, коментарі, додаткові дані тощо. Завдяки цьому кореспонденція відчутно обсягом більша за попередні інформаційні медіатексти. Вона вважається центральним серед текстів інформаційного класу. За канонами західної журналістики, кореспонденції характерна побудова за принципом спонукання до цілісного прочитання.

На відміну від розглянутих вище видів текстів жанр *репортаж* розуміють як інформаційну форму зображення події або ситуації з помітно вираженою персональною забарвленістю. Центральною ознакою репортажу вважається наявність певної перспективи зображення події. Як правило, це погляд журналіста-свідка події. В репортажі події зображуються в безпосередній часовій і локальній близькості, тому тут трапляються лексичні засоби, що виражають темпоральні дейктичні координати, наприклад, нім. *wenige Minuten später, dann plötzlich*, та емоційність, наприклад, нім. *unglaublich hören wir* тощо. В макроструктурному відношенні в репортажах не завжди дотримуються часової і локальної хронології викладу, хоча вона й є домінуючою [315, с. 215; 474, с. 76].

Серед репортажів М. Мюллер виділяє три варіанти: 1) репортаж з місця події; 2) репортаж про людей; 3) документальний репортаж. Як зауважує сама авторка, репортаж як жанр перебуває зараз у кризовому стані, оскільки нові засоби комунікації витісняють цей найдавніший спосіб передачі інформації в

публіцистиці [492, с. 253]. За нашими спостереженнями репортаж більш притаманний телевізійним мас-медіа.

Жанр *інтерв'ю* хоча і вважається не основним серед медійних текстів, проте досить часто трапляється на шпальтах сучасних медіавидань. Для цього жанру характерна експліцитна діалогічність. Г. Люгер [474] відносить *інтерв'ю* і *консультації* до таких текстів, де є два центри інтересів – інтерв'юера та респондента. *Інтерв'ю* слугує головним чином для отримання більш детальної інформації від безпосередніх учасників подій або від компетентних осіб, експертів (пор. [222, с. 289]).

Як показують проведені дослідження цього жанру (пор. [482]), *інтерв'ю* наводиться в газетах у скорочених, відредагованих варіантах. Г. Бургер зазначає, що такі інтерв'ю можна вважати кореспонденцією або цитатною кореспонденцією [315]. Певним підтвердженням цього є контрастивне дослідження Шт. Хаузера [397], де автор виявив культурні розбіжності між німецькомовними й англомовними спортивними інтерв'ю. Так, якщо в німецькомовних інтерв'ю автори намагаються дотримуватися діалогічності цього жанру із збереженням послідовності "питання – відповідь", то в англомовних друкованих виданнях це подається як цитатна кореспонденція.

Інтерв'ю можна класифікувати за різними критеріями. Переважно їх поділяють за задіяними в ньому учасниками на інтерв'ю з політиками, зірками й експертами (пор. [474, с. 97; 557, с. 182]). Цим зумовлена інтенція кожного варіанта: довести до адресата думку політика про певні події, ознайомити читачів з думкою фахівців про певне явище, або ж різнопланово познайомити публіку з відомою особистістю. За змістом і формою викладу К.С. Серажим наводить такі різновиди інтерв'ю, як *інтерв'ю-монолог*, *інтерв'ю-діалог*, *інтерв'ю-повідомлення*, *інтерв'ю колективне*, *інтерв'ю-замальовка*, *інтерв'ю-нарис*, *інтерв'ю-анкета* [222, с. 291–297].

До третього класу медійних текстів – аналітичних – у німецькій медіапрактиці відносять такі жанри, як *коментар* (нім. *Kommentar*), *гласа* (нім. *Glosse*), *рецензія* (нім. *Kritik, Rezension*) тощо. Основною функцією *коментаря*

як типового представника цього класу текстів є подача певної інтерпретації, пояснення і роз'яснення актуальних подій, фактів тощо [474, с. 83]. Для коментарів характерні аргументативні структури, що відбивається у активному використанні тверджень, оцінок та обґрунтувань.

В українській медіапрактиці до зазначеного класу текстів відносять такі жанри, як *кореспонденція, стаття, рецензія, коментар, лист* тощо [222, с. 301]. Назва українського жанру *кореспонденція* перегукується з німецьким відповідником для позначення найбільшого інформаційного тексту. К.С. Серажим зазначає, що розрізняють два різновиди української кореспонденції: інформаційну й аналітичну. Перша співвідноситься з німецьким відповідником, де домінує інформаційний складник, а друга відноситься до аналітичного класу медіатекстів. Інша українська жанрова назва *стаття* теж не є однозначною. За К.С. Серажим, *стаття* – це "порівняно невеликий за обсягом публіцистичний твір, який характеризується широким та глибоким аналізом фактів" [222, с. 310]. Із визначення не зовсім зрозуміло, як можна у "порівняно невеликому" тексті глибоко і широко проаналізувати факти. К.С. Серажим вказує на досить велику палітру різновидів цього аналітичного жанру: *теоретична, полемічна, пропагандистська, проблемна, наукова, стаття коментарного характеру* тощо. Зіставляючи німецьку й українську медіапрактики, українську *статтю* можна певною мірою прирівняти до німецького *коментаря*.

Варто зазначити, що термінологічний поділ інформаційних і аналітичних жанрів в українській журналістиці дещо відрізняється від німецької медіапрактики. В українських підручниках із журналістики, наприклад, *Текстознавстві* К.С. Серажим [222], використовують значно більше назв жанрів, ніж у німецьких. Таке термінологічне розмаїття призводить до того, що часом за "деревами й лісу не видно". Крім того, спостерігається певна термінологічна розбіжність назв в інформаційних і аналітичних жанрах. Загалом для наочності можна навести схему ознакових відношень між частотними газетними жанрами (див. рис. 1.2):

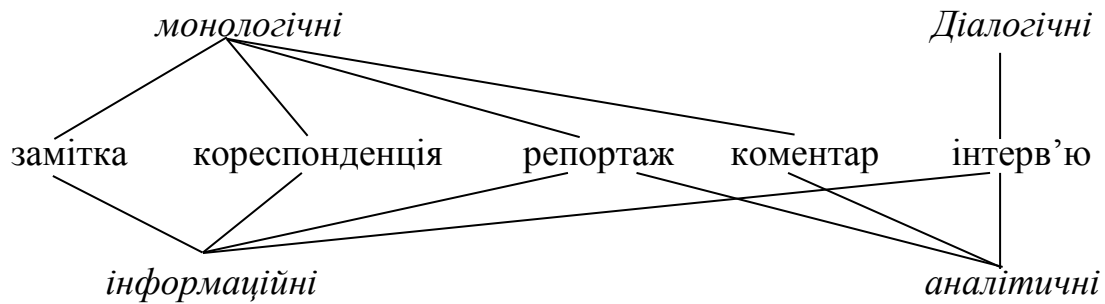


Рис. 1.2. Відношення між медійними жанрами за Г. Бургером [315, с. 213].

Уявлення про відношення між німецькими медіажанрами доповнює досить вдала шкальована оцінка видів текстів на основі таких ознак, як інформативність / аналітичність, яку запропонував Х. Фазель [361]. Ми наводимо її у скороченій версії, відповідно до досліджуваних у роботі жанрів (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Оцінка ознаки "інформативність / аналітичність" у медійних жанрах

Жанр	Клас	Інформа- тивність	Аналі- тичність	Статус аналітичності
Заметка	інформаційний	100 %	0 %	відсутня
Кореспон- денція	інформаційний	90 %	10 %	певна оцінка
Інтерв'ю	інформаційний	75 %	25 %	виражена імпліцитно у питаннях
Коментар	аналітичний	50 %	50 %	виражена експліцитно

Як видно з таблиці 1.1, ознака інформативності поступово зменшується, а аналітичності відповідно збільшується від заметки через кореспонденцію й інтерв'ю до коментаря. Х. Фазель не виокремлює інформаційну статтю, яка займає проміжну ланку між заметкою і кореспонденцією. За нашими

спостереженнями, запропоноване автором оцінне шкалювання цілком відображає реальну картину в німецькій медіапрактиці.

У кожного з перелічених жанрів є свої експліцитні маркери, які допомагають реципієнту зрозуміти, яку основну функцію вкладає автор / редакція в той чи інший текст. Якщо йдеться про текст для роз'яснення певної події, ситуації, тоді його розмістять під рубрикою *Kommentar* або *Meinung*, якщо для короткого інформування – *Nachrichten*, *Kоротко*. Традиційні рубрики в друкованих виданнях сприяють кращій орієнтації адресата й оптимізації процесу сприйняття. Так, у німецькому медійному просторі на третій сторінці ("*Seite 3*") друкують зазвичай розлогі аналітичні статті, які детально інформують читачів про певні явища, події, даючи при цьому оцінку та підґрунтя.

Складовим компонентом медійного тексту є такі невербальні елементи, як світлини, графіки, діаграми та карикатури (пор. [343; 387; 585]). Вони привертають увагу читача, полегшують сприйняття і запам'ятовування інформації. Тому не можна не враховувати й цей аспект при аналізі медійного тексту як комплексного семіотичного утворення.

1.3.3 Макроструктурні компоненти медіатексту. Будь-який текст як комунікативну одиницю можна розкласти на складники, оскільки це зумовлено особливостями передачі та сприйняття інформації. Як адресант, так і адресат прагнуть виокремити важливі елементи повідомлення, диференціюючи при цьому інформаційний потік. Окремі лексичні одиниці, речення, надфразові єдності в тексті виокремлюють графічно на письмі або інтонаційно в усній формі комунікації. Попри численні спроби виділити мінімальну одиницю в тексті питання залишається і досі відкритим (пор. [240, с. 96]).

У лінгвістиці тексту тривалий час речення вважали найголовнішою структурною одиницею тексту. Л. Гофман [410, с. 145] слушно зазначає, що типи речень можна використовувати при класифікації фахових текстів. Окрім того, контрастивні розвідки [375; 376; 377; 575] доводять, що синтаксис надає

цікаві результати при зіставленні макро- і мікрокультурних розбіжностей. Разом з тим, як слушно зауважує німецький дослідник Ф. Зімлер [560, с. 599], постійна увага до речення призвела до того, що поза увагою залишаються відношення в самому тексті.

Питання виокремлення в тексті складових одиниць, більших за речення, досить неоднозначне з огляду не лише на термінологічне розмаїття, а й різні підходи (пор. [22, с. 113–120; 240, с. 97; 486; 560, с. 610]). У німецькомовній літературі найбільш поширені такі терміни, як-от: нім. *Teiltext, Textsequenz, Textstück, Makrostruktur, Abschnitt, Absatz* тощо. В українському лінгвістичному дискурсі такими термінами можна вважати *надфразову єдність* (термін Л.А. Булаховського), *абзац, період, складне синтаксичне ціле* (термін М.С. Пospelова [198]), *комунікативний блок, мікротекст, синтагма (словосполучення)* тощо (детальніше див. [186]). Більшість науковців вважають одиницями тексту *надфразову єдність, абзац*, розглядаючи їх як структурно організовані ланцюжки речень, які становлять змістові й комунікативні єдності, що утворюють цілий мовленнєвий твір (пор. [219; 468]). При тлумаченні усіх цих термінів наводять три основні аспекти: функціональний, тематичний і синтаксично-семантичний. Оскільки інформаційно-аналітичні медіатексти побудовано зазвичай за логічним принципом, де межі абзацу переважно збігаються з межами надфразової єдності, тому в роботі ми оперуємо поняттям абзац, який розглядаємо як синонім до надфразової єдності та інших тематично і змістовно об'єднаних груп речень.

Розбіжності в межах типографічних абзаців і тематичних текстових складників можливі, насамперед, через суб'єктивні й об'єктивні причини. До перших можна віднести індивідуальні авторські розбіжності при тематичному поділі інформації, але це притаманно більше художньому стилю, де прагнуть створити щось оригінальне. До других – розбіжності між індивідуальними бажаннями автора (журналіста) і технічними можливостями друкованих видань, оскільки медіатекст форматується відповідно до наявності місця і в режимі цейтноту.

У російському лінгвістичному просторі наразі поширений диктемний підхід М.Я. Блоха [21; 22], який поєднує логіко-смісловий і комунікативно-функціональний принципи. Центральним поняттям цього підходу є диктема як елементарна тематична одиниця зв'язаного мовлення, яка формується реченнями. Диктема, за М.Я. Блохом, є проміжною ланкою між реченням і текстом. У ній виражаються такі важливі функціонально-знакові аспекти мови, як номінація, предикація, тематизація і стилізація. Номінація реалізує предметне найменування зображуваних у ситуації об'єктів. Предикація виражає прив'язку відображеною реченням ситуації до дійсності. Тематизація скріплює значення, які виражені реченнями, в єдине ціле, скеровуючи їх в одному напрямі. Стилiзація визначає вибір мовних засобів для ефективності комунікації. Отже, поняття "диктема", на нашу думку, розвиває, уточнює поняття "надфразова єдність", "складне синтаксичне ціле" і абзац.

У тексті можна виділити відносно самостійні складники, що можуть функціонувати автономно, наприклад, заголовок, і несамостійні складники, які попри наявність власної (суб)теми можливо зрозуміти лише в поєднанні з цілим текстом. Першу групу прийнято називати нім. "Teiltext" (укр. *мінітекст*) [377, с. 42; 560, с. 617] з огляду на наближеність до тексту як самостійної комунікативної одиниці. Вони можуть експлікуватися як окремим реченням в його загальному розумінні, так і групою речень. Іншу групу називають нім. "Textteil" (укр. *частина тексту*), яка, зазвичай, збігається з абзацом як типографічною одиницею. Як слушно зауважує С. Хакл-Реслер [387, с. 28], чітких критеріїв понятійного розмежування цих двох груп наразі немає. Їх, очевидно, і неможливо остаточно сформулювати, адже тематичні межі в тексті надто рухливі й їх оцінювання носить скоріше суб'єктивний характер автора або читача. Тому в кожному конкретному тексті застосовується індуктивний підхід до визначення його належності.

Для медійних текстів, які є об'єктом нашого дослідження, поділ на відносно самостійні і несамостійні текстові складники цілком можливий з формального погляду – їх оформлення. Наприклад, заголовок будь-якої статті

зазвичай виділяють типографічно, тому він вважається відносно самодостатнім мінітекстом, з якого читач може отримати нову інформацію (пор. [179, с. 87]). Правда, скільки нової інформації реципієнт отримає із заголовку, залежить від жанру тексту. Адже медійні заголовки можуть бути як переважно інформативними, що характерно для таких жанрів як замітка, інформаційна стаття, кореспонденція, так і переважно "рекламними", які спонукають до прочитання цілого тексту, наприклад, у коментарях, глосах, аналітичних статтях тощо.

1.4 Інформаційна структура тексту

Під інформаційною структурою розуміють зазвичай розподіл інформаційних компонентів (квантів, елементів) у ланцюжку мовних знаків (лексем, синтаксем тощо). У науковій літературі цієї царини поширені такі три пари термінів, як *тема – рема*, *топiк – коментар* і *фокус – фон*. Ці терміни по-різному тлумачать і використовують, що призводить часом до певного перетину їх значень. З поняттями *тема*, *топiк* і *фон* пов'язують у різних підходах такі ознаки, як "відоме", "попереднє згадування", "незначна комунікативна важливість інформації", в той час як *рема*, *коментар* і *фокус* характеризують такими ознаками, як "нове", "невідоме", "особлива комунікативна важливість інформації" (дет. див. [493; 426]).

М.Я. Блох [21] пропонує виокремлювати такі чотири типи інформації: 1) фактуальна, 2) інтелективна, 3) емотивна, 4) імпресивна.

Фактуальна інформація – це предметне відображення фактів і явищ дійсності, що, наприклад, характерно для інформаційних медіатекстів.

Інтелективна інформація – це відображення зв'язків і відношень між ними, що здійснюється актом аналізу та синтезу діяльності свідомості. Цей вид інформації притаманний аналітичним медіатекстам.

Емотивна інформація пов'язана з прямим відображенням емоційного стану адресанта. Такий тип інформації можна зустріти в медійному тексті "читацький лист".

Імпресивна інформація – це, насамперед, вплив висловлювання на адресата, спонукання до дії. Ця інформація може виражатися експліцитно й імпліцитно, наприклад, у рекламних і аналітичних текстах.

З прагматичного погляду в кожному повідомленні, яке виражають переважно реченням чи текстом, можна виділити предмет повідомлення й інформаційний зміст цього повідомлення. Предметом виступає об'єкт дійсності, явище, про яке щось повідомляють. Його часто співвідносять з ключовим словом. Усе решта у повідомленні – це вже нова інформація про цей предмет. Такий поділ пов'язують з інтенцією мовця, адже він намагається щось повідомити про певний референт.

З формального погляду речення як центральна комунікативна одиниця складається з того, що вже згадували, і того, про що кажуть уперше. У мовах, де є артиклі, наприклад, англійська, німецька, це добре простежується при використанні означеного та неозначеного артиклів. При першому згадуванні використовують неозначений артикль (нова інформація), а при наступному – означений (відома інформація).

Іншими важливими формальними засобами вираження інформаційної структури є порядок складників та інтонація. Зазвичай речення починають з тематичної частини (відомого) і завершують рематичними елементами (новим). Порушення порядку складників може бути зумовлене комунікативною інтенцією адресанта. Адже, як показують психолінгвістичні експерименти, адресат частіше звертає увагу на початок і кінець повідомлення, тому саме ці, так звані, "сильні" позиції потрібно використовувати для передачі головної інформації. У мовленні важливі компоненти можуть виділятися також просодичними засобами. Так, головний наголос у реченні маркує його нову, рематичну частину (пор. [389, с. 203]).

При комунікативному підході щодо інформаційної структури виходять з того, що адресант у своїх діях орієнтується на адресата. Мовець виділяє в кожному реченні дві складові: відоме і нове для адресата. Це спостереження йде ще від Г. фон дер Габеленца [371], який увів поняття "психологічний суб'єкт" і "психологічний предикат". Під першим терміном він розуміє те, про що має думати адресат, а під другим – те, що адресат має думати про "психологічний суб'єкт".

Центральне місце у науковій літературі з інформаційної структури посідає робота К. Ламбрехта "Information Structure and Sentence Form: Topic, Focus and the Mental Representations of Discourse Referents" [456]. К. Ламбрехту завдячують чітким поділом між формальним кодуванням інформаційної структури (синтаксисом і інтонацією) та їх семантичною і прагматичною інтерпретацією. Автор визначає інформаційну структуру як компонент граматики, який відповідає за прагматичне структурування пропозицій. Під пропозицією він розуміє "концептуальні репрезентації інформації" [456, с. 3]. Пропозиції кодують мовними виразами. Ці вирази адресант оформлює синтаксично й інтонаційно згідно зі своїми припущеннями про інформаційні потреби адресата. За К. Ламбрехтом, інформаційна структура відповідає за те, щоб подібні концептуальні репрезентації інформації залежно від контексту передавалися різними граматичними структурами. Так, наприклад, пропозицію нім. *Katja hat angerufen* (укр. *Катя подзвонила.*) можна виразити такими структурами (наголос передано великими літерами):

- 1) KATJA hat angerufen.
- 2) katja hat ANgerufen.
- 3) ANgerufen hat katja.
- 4) Es war KATJA, die angerufen hat.

У перерахованих прикладах зазначена пропозиція закодована різними граматично-просодичними структурами. Вибір тієї чи іншої структури залежить від ситуації, тобто від припущення адресанта щодо інформаційних потреб адресата. Для опису відношень між інформацією і структурою речення

К. Ламбрехт вводить два типи інформаційно-структурних категорій. Перший тип пов'язаний зі статусом референтів, їх активізацією й ідентифікацією. Тут автор враховує когнітивну модель У. Чейфа [323], в якій розрізняють активні, напівактивні й неактивні референти для адресата. Під референтом К. Ламбрехт розуміє ментальні репрезентації сутностей [456, с. 37]. Другий тип інформаційно-структурних категорій (топік і фокус) описує відношення між мовним кодуванням референтів й інформаційними намірами адресанта. У комунікації, за К. Ламбрехтом, відбуваються два процеси: мовне посилення на референти й організація інформаційного потоку.

У писемній і усній формах комунікації використовують різні прийоми фокусування. Прикладами невербального фокусування інформації на письмі є, окрім самої селекції інформації, різноманітне технічне виділення потрібного компонента, як-от: розмір і вид шрифту, колір, дизайн тощо. Вербальними засобами виділення інформації виступають фонетичні (просодичні, насамперед, наголос), граматичні (порядок слів, певні синтаксичні конструкції) та лексичні (фокусуєчі прислівники, частки тощо) засоби.

Ключовим поняттям інформаційної структури тексту є тема. У повсякденному житті поняття "тема" має досить широке тлумачення через свою багатозначність. Під темою (гр. *θέμα* "те, що лежить в основі") розуміють зазвичай головну думку, предмет розмови. Існують різні підходи до тлумачення теми тексту. Це може бути пропозиція, предмет, питання, головна думка, інформаційне ядро і т. п. Розглянемо різні підходи до цієї проблеми.

Під темою переважно розуміють предмет тексту, що виражається через основне питання до тексту "Про що йдеться в тексті?". Тема тексту певним чином пов'язана з його жанром і може бути виражена окремою лексемою, словосполученням, одним чи декількома реченнями, або сформульована питанням (пор. [472]). Тема інструктивного тексту оформлюється здебільшого словосполученням, як-от: *Заміна мастила*. Тема дескриптивного тексту виражається часто предметом опису, наприклад, *Зима*. Для аргументативних текстів тема може бути оформлена питанням, наприклад: *Бути чи не бути?*,

або ж певним закликком, гаслом автора *Геть нові ціни!* Для наративних текстів можливості для тем досить різноманітні, оскільки розповіді присвячуються різним видам діяльності, наприклад, *Один день мого перебування в Гамбурзі*.

Із зазначеним підходом пов'язана так звана *Quaestio*-теорія, згідно з якою кожне речення і текст розглядають як відповідь на запитання [586]. В основу теорії покладена теза, що тексти створюють для вирішення певного комунікативного завдання, яке виражається через запитання – відкрито або приховано. Запитання закладає інформаційну структуру, каркас відповіді, оформлену реченням чи текстом. Кожну комунікативну одиницю поділяють на топик і фокус. Топик складається з компонентів, які містяться в запитанні. Фокус же містить інформацію, про яку запитують. Як окреме речення, так і цілий текст можна розглядати як відповіді на підзапитання головного *Quaestio*. Теорія *Quaestio* поєднує античні традиції риторики і сучасні підходи (інтенція, тема-рематичний поділ Празької функціональної школи). *Quaestio* задає референційні рамки структури тексту, зразок перебігу думок, інформації. Складність тексту полягає в тому, що в ньому можна виділити щось головне і щось другорядне. Х. фон Штутерхайм запропонувала теорію *Questio*, насамперед, для наративних текстів. Ті речення, що відповідають на основне запитання вважається головною інформацією, інші – другорядні.

Зазначений підхід має свої плюси і мінуси (пор. [405]). Питання прив'язують і виражають переважно в заголовку тексту. Але якщо для коментарів чи аналітичних статей така постановка питання виправдана, то для інформаційних текстів цього недостатньо. Адже для них є універсальне питання "Що нового / сталося?", яке не може задовольняти критиків такого підходу.

Тема тексту часом виражається окремим її предметом. Вона може визначатися узагальнено з сукупності предметів, що розглянуто в тексті, які ще називають субтемами, мікротемами тощо. Так, якщо в тексті йдеться про окремих членів сім'ї Петренків, то узагальненою темою тексту може бути "Сім'я Петренків".

Предмет тексту часом не є конкретним об'єктом дійсності. Він може виражати якусь пропозицію, яка не завжди перебуває на поверхні тексту. Її логічно виводять з синтаксичних конструкцій у тексті (пор. [22]). Пропозиційно це відбувається за описаними Т. ван Дейком [336, с. 46–49] макроправилами відкидання, селекції, генералізації та конструювання.

Відкидання – це така когнітивна дія, коли неважливу і несуттєву інформацію випускають. Наприклад, у реченні нім. *Ein Mädchen mit einem gelben Kleid lief vorbei* виокремлюється три пропозиції:

(1) *Ein Mädchen lief vorbei.*

(2) *Es trug ein Kleid.*

(3) *Das Kleid war gelb.*

Тут можна відкинути (2) і (3) пропозиції, оскільки вони інформаційно зайві та нерелевантні.

Селекція – це така когнітивна дія, коли залишають одну з пропозицій на основі загальновідомих знань про ситуацію, дію тощо. Наприклад, серед пропозицій (1) *Peter lief zu seinem Auto*, (2) *Er stieg ein*, (3) *Peter fuhr nach Frankfurt* можна залишити останню, оскільки решта пропозицій до неї імпліцитно включені.

Генералізація – це така когнітивна дія, коли узагальнюють поняття гіперонімом. Так, послідовність пропозицій (1) *Eine Puppe lag auf dem Boden*, (2) *Eine Holzseisenbahn lag auf dem Boden*, (3) *Bausteine lagen auf dem Boden* можна узагальнено передати такою пропозицією: *Spielzeug lag auf dem Boden*.

Конструювання або **інтегрування**, за Т. ван Дейком, відбувається, коли з експліцитних й імпліцитних пропозицій тексту утворюють так звану рамкову пропозицію, яка виражає певну тему, ситуацію (фрейм, скрипт). Наприклад, тема *Zugreise* може містити таку послідовність пропозицій: (1) *Ich ging zum Bahnhof*. (2) *Ich kaufte eine Fahrkarte*. (3) *Ich lief zum Bahnsteig*. (4) *Ich stieg in den Zug ein*. (5) *Der Zug fuhr ab*. Уся ця послідовність пропозицій, яку можна й далі уточнювати, виражається однією *Ich nahm den Zug*.

Т. ван Дейк виходить з того, що утворення макроструктури тексту відбувається лінійно від меншого до більшого. Критики такого підходу [307; 383, с. 275] зазначають, що визначення теми тексту є складнішим процесом, який вимагає загальної інтерпретації тексту, а не простих механічних дій, тобто йдеться про поєднання дедуктивного й індуктивного підходів. Теорія макроструктур Т. ван Дейка може бути виправдана для логічно побудованих текстів, наприклад, інформаційних текстів.

Інший метод виділення теми запропонував Е. Агрікола [279]. Під темою тексту чи частини тексту він розуміє поняттєве ядро як концентровану абстракцію загального текстового змісту у формі вербальної логічно-семантичної репрезентативної структури змістового комплексу з предикатів і актантів. Інформаційне ядро містить, таким чином, ущільнений зміст тексту, що досягається "редукцією і концентрацією". Протилежний напрям можна розглядати як "розгортання".

У центрі цього складного і досить формалізованого методу багаторівневого аналізу покладено фокусування уваги на актантах: для всіх актантів, тобто складників окремих пропозицій, складають ізотопічні (лексико-семантичні) ланцюжки; в кінці аналізу повинні залишитися лише ті пропозиції, де трапляються актанти головних ізотопічних ланцюжків. Подальша редукція відбувається за принципом важливості, коли залишаються лише так звані "інтеракційні вузли" (атрактори за синергетичним підходом), тобто пропозиції, в яких найкраще проявляються наскрізні зв'язки між текстовими актантами. Для виявлення таких зв'язків пропозиції переводяться в спрощені предикативні базові форми. Ущільнення відбувається, з одного боку, через уніфікування членів ізотопічного ланцюжка, а з другого боку – через спрощення і узагальнення відношень всередині пропозиції або між ними.

На прикладі наведеного нижче інформаційного тексту Е. Агрікола [279, с. 24] виділяє інформаційне ядро повідомлення і візуалізує це на рисунку 1.3. (див. рис. 1.3).

(0) Alte Kernburg ausgegraben

(1) Wertvolle Hinweise über Lebensweise und Kultur der einst an der Havel lebenden slawischen Stämme gaben Ausgrabungen auf der Brandenburger Dominsel. (2) Die Brandenburg, ehemaliger Fürstensitz der Heveller, gehörte zu den bedeutendsten wirtschaftlichen und politischen Zentren der slawischen Stämme zwischen Elbe und Oder. (3) Im Verlauf der Ausgrabungen konnten Umriss und Ausdehnung der alten Kernburg deutlich markiert werden. (4) Auch das besiedelte Vorgelände, über das Urkunden aus dem 10. Jahrhundert berichten, wurde dargestellt. (5) Die jetzigen Untersuchungen sollen u.a. darüber Aufschluss geben, wie die Innenbesiedlung der alten Burg aussah.

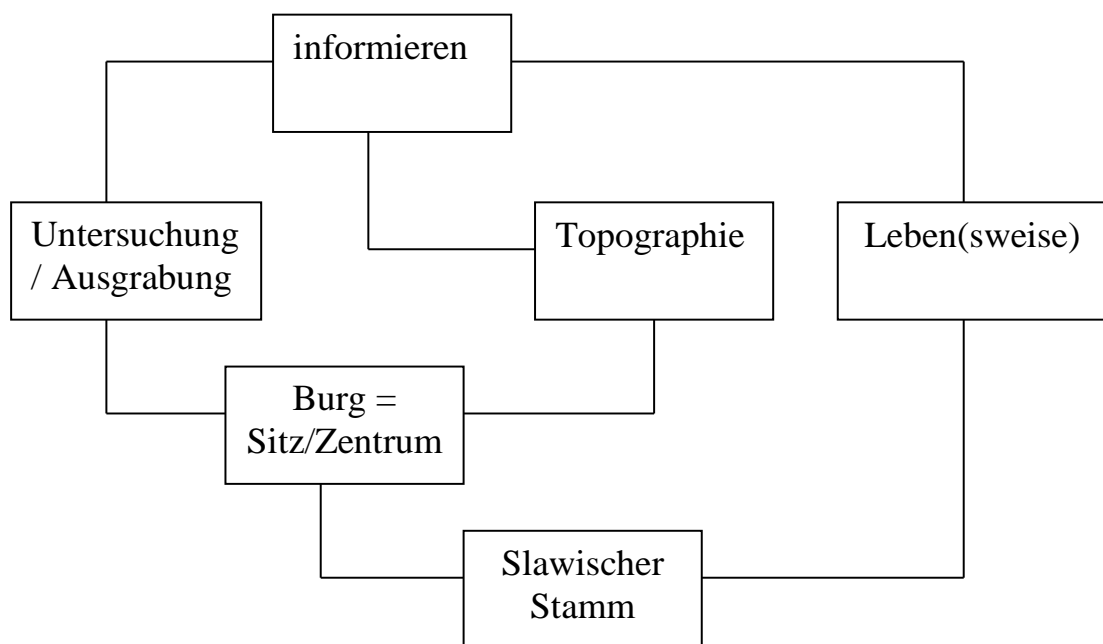


Рис.1.3 Інформаційне ядро замітки [279, с. 24].

Е. Агрикола наводить резюме природною мовою для можливості перевірки мовцем отриманого ядра інформації:

1) *Die Ausgrabung der Brandenburg, Fürstensitz und Zentrum slawischer Stämme, ergibt Informationen über Topographie und die Lebensweise dieser Stämme.*

2) *Ausgrabungen informieren über Typographie und Lebensweise.*

Для більш складних текстів Е. Аґрікола запропонував додатково гіперпропозицію, яка повинна підсумовувати текстами (пропозиції). Тут спостерігаємо певну подібність до теорії Т. ван Дейка та диктемної моделі М.Я. Блоха.

Теорії Т. ван Дейка й Е. Аґріколи критикують насамперед через суб'єктивність виведення основної інформації [383, с. 246; 472, с. 41]. Але, як це не парадоксально, визначення теми тексту залежить від адресата, його когнітивних можливостей розпізнати те, що хотів передати адресант. Для медійних текстів, що є об'єктом нашого дослідження, розуміння теми як згустку інформації є прийнятним.

Поділ на головну і другорядну інформацію не слід плутати з комунікативною важливістю (нім. *kommunikative Gewichtung*). Під нею Х. фон Штутерхайм розуміє особливо важливі частини тексту, які можуть бути як серед головної, так другорядної інформації [586]. Яскравим прикладом виокремлення інформації за важливістю є звичне використання різних маркерів при аналізі тексту. Важливі місця помічають переважно червоним кольором, решту – іншими кольорами залежно від вподобань.

Головну і другорядну інформацію розрізняють також завдяки різним лексичним маркерам. Так, другорядна інформація подається через такі маркери, як нім. *nebenbei gesagt, übrigens*, а головні – через *ich möchte betonen, dass <...>, wichtig ist <...>* тощо.

Останнім часом, насамперед, в електронних формах фіксації, для розрізнення інформації послуговуються різними типографічними засобами, наприклад, розмір, підкреслення, курсив, шрифт тощо. Це значно полегшує адресату сприйняття інформації.

Медійні інформаційні тексти побудовані за відомим принципом запитань: *хто, що, коли, чому, як*. Тому їх будують як послідовність відповідних інформаційних блоків. При впорядкуванні інформації важливу роль відіграють такі два аспекти:

- когнітивний, коли автор хоче полегшити реципієнту опрацювання інформації, що спостерігається в новинних текстах;
- риторичний, коли адресант хоче якомога ефективно досягти своєї мети, вразити реципієнта. Це простежується в аналітичному жанрі авторитетних газет, а також у статтях бульварних газет.

Автори сучасних друкованих медіавидань намагаються поєднати ці моменти при інформуванні читацької аудиторії. Перший можна розглядати як такий, що орієнтований виключно на читача, а другий – естетичний.

Оригінальну теорію структури тексту запропонував німецький науковець Т. Шредер [555], яку він перевіряв на матеріалі газетних текстів. В основу покладена ідея про текст як комплексну дію в руслі прагмалінгвістики. Автор запропонував розрізнати два базові типи зв'язків між підтемами: підпорядкування (нім. *Unterordnung*) і координація / упорядкування (нім. *Nebenordnung*). Під підпорядкуванням Т. Шредер розуміє тематичну залежність (нім. *Aspektverengerung oder -erweiterung*). Координація має декілька підвидів: доповнення (виклад за аспектами), тематичне перерахування (розкладання на предмети) і тематичне продовження (відтворення перебігу подій). Тут є теж певна суб'єктивність оцінки окремих дій і водночас можливий перетин декількох дій в одній мовленнєвій формі. Але, разом з тим, простежується ідея відомого польського вченого Є. Куриловича про структурний паралелізм між мовними одиницями – текст як завершений мовний знак можна розкласти на менші складники, подібно до речення, слова, морфеми. Однак, ці складники не такі однозначні при інтерпретації, як одиниці нижчих рівнів. Схематично запропонована модель Т. Шредера виглядає так:

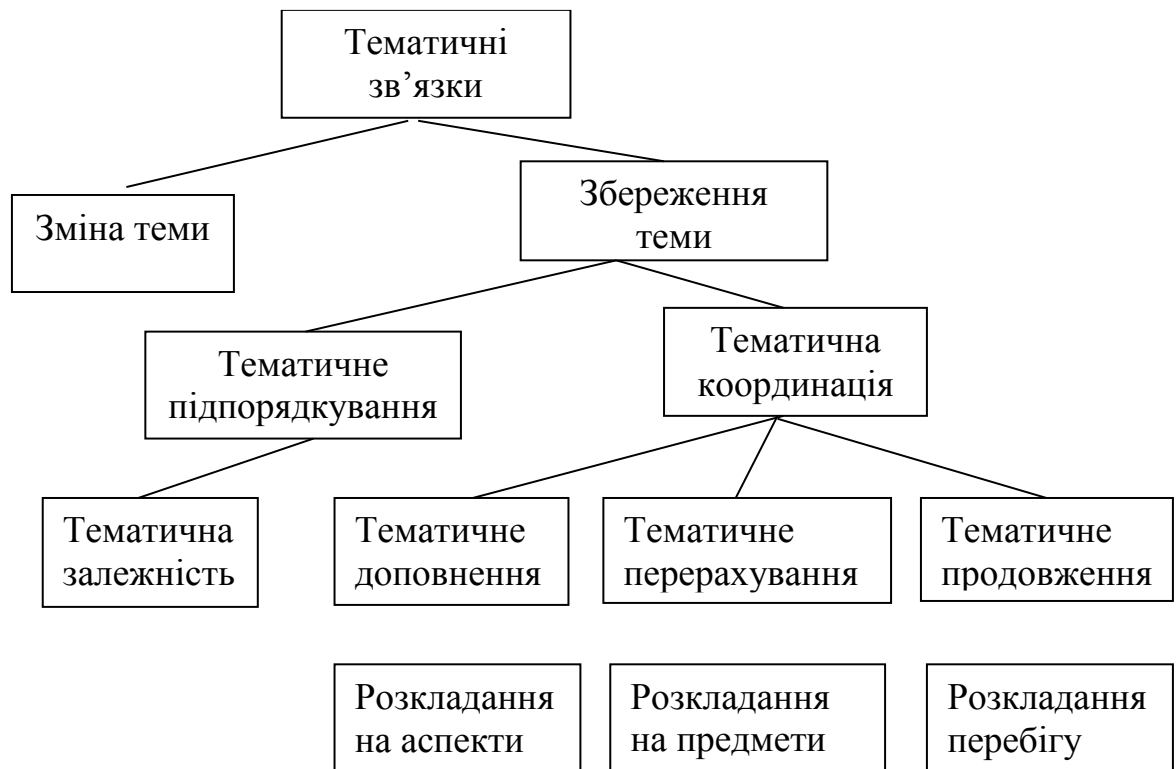


Рис. 1.4 Тематичні зв'язки за Т. Шредером [555, с. 91].

Останнім часом при аналізі текстової структури медійного тексту намагаються враховувати й формальну сторону – дизайн тексту. Адже типографічно виокремлені структурні одиниці тексту мають на меті виконувати певну функцію, що допомагає реципієнту оптимально сприймати інформацію. Тут йдеться про семіотичний підхід, коли текст розглядається як комплексний знак. Оригінальний комплексний підхід запропонувала С. Гакль-Реслер [387, с. 7], яка проаналізувала форму і зміст так званих *soft news* на матеріалі німецьких регіональних газет. Науковець виводить такий узагальнений алгоритм аналізу:

1. **Опис візуальної побудови тексту:**
 - довжина тексту;
 - візуальні одиниці (макроструктурні одиниці): заголовок, проміжний заголовок, легенда до фото, типографічний зачин, абзац.
2. **Функціонально орієнтована тематична класифікація:**
 - головна тема; функція "вступ";

- доповнювальні й уточнювальні субтеми; функції "доповнення" і "уточнення";

- додаткові теми: функції "доповнення", "уточнення".

3. Зв'язок між структурою тексту і текстовим дизайном:

- функціонально-тематичне виокремлення вербальних макро-структурних одиниць;

- синтаксично-семантичне виокремлення вербальних макроструктурних одиниць (критерії: когерентність, ізотопія, референція мовця, актора, місця і часу);

- функціонально-тематичне і синтаксично-семантичне виокремлення таких візуальних текстових одиниць, як абзац і зачин;

- співвідношення між вербальними макроструктурними одиницями і такими візуальними текстовими одиницями, як абзац і зачин.

Проміжний заголовок:

- функціонально-тематичний зв'язок з основним текстом або його складниками;

- синтаксично-семантичний зв'язок з основним текстом або його складниками.

Легенда до світлини:

- функціонально-тематичний зв'язок зі світлиною;

- функціонально-тематичний зв'язок з основним текстом або його складниками;

- синтаксично-семантичний зв'язок з основним текстом або його складниками.

Заголовок:

- функціонально-тематичний зв'язок з основним текстом або його складниками;

- багатокомпонентні заголовки як показники попереднього структурування;

- синтаксично-семантичний зв'язок з основним текстом або його складниками.

Текстова структура і дизайн цілого тексту:

- функціонально-тематичний зв'язок між усіма текстовими одиницями;

- синтаксично-семантичний зв'язок між усіма текстовими одиницями.

При функціонально-тематичному аналізі новинного повідомлення С. Гакль-Реслер оперує такими поняттями, як головна тема, другорядна тема і субтеми. Під головною темою розуміють таку тему повідомлення, яка виконує центральну функцію тексту і вводиться в заголовку та зачині. Другорядна тема ієрархічно рівноправна до головної або, відповідно, до субтеми. Субтеми виводять з теми (як головної, так і другорядної), тобто є ієрархічно нижчого рангу. При цьому авторка розрізняє конкретизувальні та доповнювальні субтеми. У першій йдеться про уточнення окремих аспектів основної теми без тематичної зміни, а в другій відбувається тематична зміна. Авторка наводить для наочності таку схему (див. рис. 1.5):

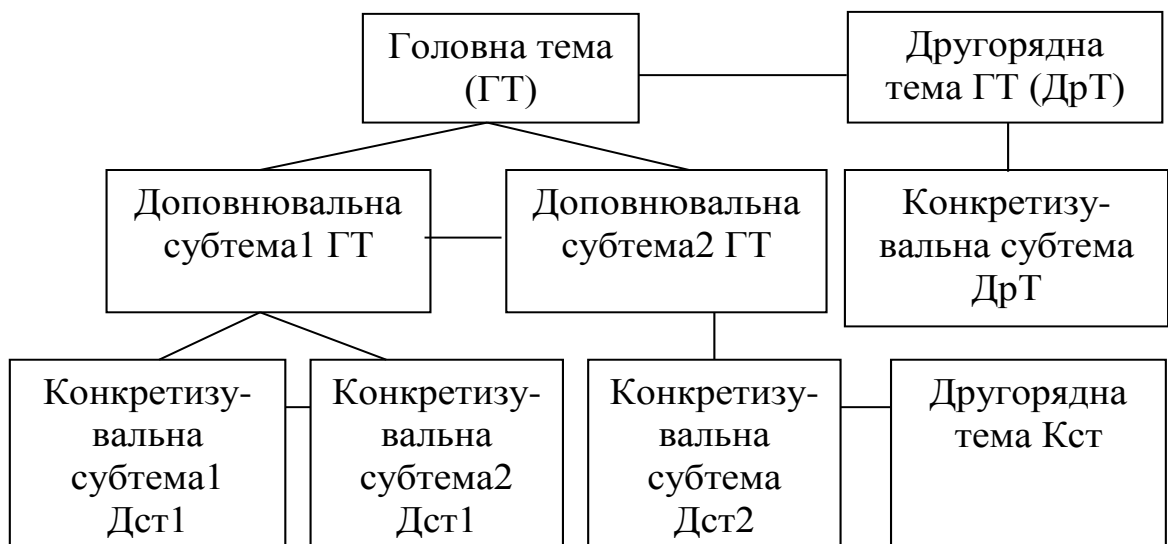


Рис. 1.5 Функціонально-тематична структура тексту [387, с. 57].

Іншу оригінальну теорію – *Rhetorical structure theory* – запропонували комп'ютерний спеціаліст В. Манн і мовознавець С.А. Томпсон [481]. Теорія

розроблена для автоматичного генерування тексту. Науковці ставили перед собою завдання з'ясувати, чи можна виділити інформацію в базах даних і виразити її в звичайних текстах. Зазначена теорія ґрунтується на припущенні, що тексти складаються з компонентів і базуються на певних правилах побудови. Це означає, що текст можна розкласти на частини, частини знову на частини і так далі до рівня окремих висловлювань, тобто йдеться про фрактальність тексту. Наприклад, дисертація складається з розділів, далі йдуть підрозділи, пункти, підпункти, надфразові єдності, які називаються в цій теорії текстовими блоками, де частини мають сильний зв'язок між собою. Очевидність такого поділу можна отримати з простого спостереження за розгортанням тексту, де використовують частки, сполучники, як-от: нім. *jedoch, aber* тощо. Поділ тексту на частини не завжди однозначний, оскільки відсутні правила такого поділу. В абзацах подібно до речень присутня ядерність текстових зв'язків, тобто є головні сегменти (*Nukleus*), без яких текст не буде когерентним, і залежні (*Satellite*), без яких можна обійтися. Науковці запропонували при цьому два десятки когерентних відношень, які теж не завжди однозначні.

Інша прикладна текстова теорія *Centering* [381] виникла в 80-х роках ХХ століття як модель для локальної когеренції речень. Вона описує, як з допомогою займенників й інших форм вираження вводять і підтримують дискурсивні відношення в тексті. В теорії йдеться, насамперед, про вдалий добір референційних висловлювань і їх синтаксичної реалізації. В основу зазначеної теорії покладена ідея про те, що текст легше сприймається, якщо в ньому завжди є центральний дискурсивний предмет, на який спрямовується увага реципієнта і з яким пов'язані інші предмети. Оскільки власні назви, певні позначення і займенники за центристською теорією несуть різне інформаційне навантаження про об'єкти дискурсу, тому адресант повинен намагатися в кожному реченні тексту вибирати такі форми реалізації референційних висловлювань, щоб читач міг легко визначати головний об'єкт. На підтвердження цієї тези американські дослідники провели численні

психолінгвістичні експерименти (дет. див. [416]). При вимірюванні часу для прочитання тексту було встановлено, що текст швидше читається, якщо для головного об'єкту дискурсу в реченнях використовують займенник. Було також підтверджено гіпотезу про те, що позиція підмета в реченні грає важливу роль для фокусування основної уваги читача. Якщо увагу переводять на новий предмет, то для цього використовують повні іменникові конструкції, навіть у позиції підмета, що ефективніше, ніж займенник.

У текстах малого формату, наприклад, замітці, об'єктом уваги виступає один предмет. Тому він має постійно перебувати в центрі уваги. Вибір мовних засобів реалізації залежить від викладу матеріалу. У великих медіатекстах виокремлюють часом декілька тем, підтем, другорядних тем. Тому адресант має вдало підбирати засоби мовного оформлення. Значну допомогу при цьому відіграють різні невербальні засоби та додаткове структурування.

Для наочності наведемо приклад М. Штеде [577, с. 61], де для дещо заплутаної замітки пропонується покращений варіант за центристською теорією:

Текст-оригінал

UN-Generalsekretär Annan berichtete, dass die sudanesische Regierung einem UN-Truppeneinsatz in Darfur zugestimmt hat. Die Regierung streitet ihm zufolge aber noch über das Ausmaß des Einsatzes. Das Zugeständnis machte die Regierung bei einem Krisentreffen in Addis Abeba. Er teilte mit, dass sie vor allem hinsichtlich der Truppenstärke andere Auffassungen hat als die UN.

Покращений варіант за М. Штедом

Die sudanesische Regierung hat laut UN-Generalsekretär Annan einem UN-Truppeneinsatz in Darfur zugestimmt. Sie streite aber noch über das Ausmaß des Einsatzes, wie er berichtete. Die Regierung machte das Zugeständnis bei einem Krisentreffen in Addis Abeba. Annan teilte mit, dass sie vor allem hinsichtlich der Truppenstärke andere Auffassungen hat als die UN.

У покращеному варіанті в центрі уваги постійно перебуває *уряд*, що значно полегшує сприйняття інформації. У тексті-оригіналі увага фокусується то на *Аннані*, то на *уряді*, тому текст дещо важко сприймати. Лише в останньому реченні покращеного варіанту в центрі уваги стоїть *Аннан*, а *уряд* виражено займенником.

Як слушно зазначає М. Штеде [577, с. 64], використання займенників, певної граматичної форми або ж порядку слів у реченні залежить від багатьох чинників: синтаксису, семантики та прагматики. Варто зазначити, що вони пов'язані між собою і доповнюють один одного.

Отже, питання інформаційної структури тексту вельми важливе при роботі з медіатекстом. Через надзвичайно велику кількість інформації у сучасному високотехнологічному суспільстві, з одного боку, і брак часу в адресантів / адресатів, з іншого боку, варто шукати "золоту середину" вдалої і корисної для усіх сторін комунікації. У тематичному розгортанні медійних текстів добре простежуємо фрактальність текстової структури, адже перехід від однієї до іншої теми здійснюється поступово, циклічно, коли кожен новий етап розвитку додає щось нове до попереднього. Через інформаційне збільшення обсягу тексту відбувається ускладнення цілої системи. Циклічний принцип, як відомо з фізіології, лежить в основі життєдіяльності організму. Через це й когнітивні процеси (пам'ять, породження і сприйняття інформації) побудовані за фрактальним принципом.

1.5 Текст як фрактальне явище

У ХХІ столітті в багатьох науках набуло поширення використання терміна "фрактальність" при описі явищ, які раніше були поза увагою через свою складність (пор. [193]). Термін "фрактал" (від лат. *fractus* – подрібнений, фрагментований) запропонував математик Б. Мандельброт [480] для позначення нерегулярних, але самоподібних структур. З математичного

погляду, фрактал – це безліч дробової розмірності. Так, наприклад, розмірність сніжинки складає 1,2619, що перебуває десь між лінією і поверхнею.

Головна ідея цього підходу полягає в тому, що структура цілого відображена в його частинах. Це уможливорює математичний опис фігур неевклідової геометрії, як-от: узбережжя, хмара, гора тощо. Загалом, фракталам притаманні такі властивості: 1) неординарна структура на всіх шкалах; 2) (наближена) самоподібність або масштабна інваріантність; 3) дробова метрична розмірність та 4) рекурсивність.

Така точка зору не є новою (див. [239]), адже ще давні філософи застосовували принцип аналогії всього суцього або редукціонізм, що перегукується з фрактальним підходом. Фрактальність лежить в основі еволюції різних систем, оскільки процес фізичного, біологічного чи соціального розвитку є безмежною сукупністю тимчасових, взаємозалежних самоподібних проміжних станів-процесів. Тому все, що виявляється у великому, міститься у малому, і навпаки. Зазначена ідея знайшла своє відображення у відомих фразах філософа Сократа "Пізнай себе, і ти пізнаєш світ", Й.В. Гете "Willst du dich am Ganzen erquicken, so musst du das Ganze im Kleinsten erblicken" (укр. *Якщо хочеш насолодитися цілим, мусиш роздивитися ціле в деталях*).

Питання фрактальності тісно пов'язане з теорією золотого перетину (0,618) та математичним рядом Фібоначчі (1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21 ...) і т.д. (дет. див. [175]). Його суть полягає в тому, що кожне наступне число виводиться шляхом складання останніх двох цифр попереднього виразу. Лінія, проведена крізь геометрично представлені сектори цього числового ряду, набуває форми спіралі. Спіральна організація фракталів спостерігається в будь-якому масштабі, починаючи від ДНК і закінчуючи Галактикою, тобто йдеться про універсальний природний принцип будови.

Поняття "фрактал" вважається складовим елементом синергетики як науки про еволюційні системи, хаос і порядок та пов'язані з цим перехідні процеси (дет. про (лінгво)синергетику див. [15; 56; 58; 83; 191; 192; 196; 248; 409; 442]).

Адже процес еволюції будь-якої системи є дробовим, самоподібним і змінним. З погляду синергетики еволюція складної нелінійної системи полягає у тому, що вона перебуває у стані відносної рівноваги. Елементи системи у своїй поведінці тяжіють до атракторів, найбільш упорядкованої ділянки. Але динамічні процеси всередині системи і сигнали із зовні порушують рівновагу і призводять до виникнення випадкових хаотичних коливань (флуктуацій). Флуктуації можуть при цьому так впливати на систему, що вона наблизиться до точки розгалуження (біфуркації), тобто моменту вибору подальшого шляху розвитку. Система намагається чинити опір руйнівним тенденціям і може позбавлятися надлишків речовини, енергії чи інформації. Через це відбувається дисипація – розсіювання в зовнішнє середовище. З'являються спонтанні властивості, характерні не для окремих елементів, а для системи як цілого, де головним є взаємодія компонентів. Так виявляється властивість нелінійності, при якій результат суми дій не дорівнює сумі їх результатів. Система вибирає подальший шлях еволюції і переходить на якісно новий рівень організації, а механізм саморозвитку запускається знову.

За фрактальним підходом у процесі розвитку зазвичай розрізняють три фази: 1) початкову, яку позначають першою літерою грецького алфавіту α ; 2) проміжну φ ; 3) завершальну ω .

Кількість проміжних фаз φ теоретично безмежна і залежить, насамперед, від критеріїв спостереження. Хоча фази α і ω кінцеві точки розвитку, проте вони є такими лише на якомусь певному рівні, тобто вони можуть бути перехідними пунктами з нижчого до вищого рівнів безкінечного спіралеподібного розвитку. Це цілком корелює з відомою Гераклітівською ідеєю *panta rhei*: усе тече, усе змінюється, кінець одного – це початок нового. Отже, фрактальність – це рекурсивна самоподібність, або масштабна інваріантність об'єкта, що часто трапляється в природі, як-от: лист папороті, корали, система кровообігу тощо.

Мова є одним із прикладів складної відкритої динамічної нелінійної системи, яка нерозривно пов'язана з носіями мови і є свого роду фрактальним

відтворенням системності в суспільстві та природі. Більшість лінгвістів визнає наявність в мові системності (Ю.Д. Апресян, В.В. Виноградов, В.А. Звегинцев, В.В. Левицький, О.С. Мельничук, О.Д. Огуй, А.А. Уфимцева, R. Köhler та інші). Поняття "система" було введено в мовознавство Ф. де Соссюром та І.О. Бодуеном де Куртене, а поняття "структура" пов'язують з Тезами Празького лінгвістичного гуртка, хоча ще В. фон Гумбольдт вказував на структурність як на одну з суттєвих рис природи мови [47, с. 88]. Існує декілька поглядів на співвідношення між цими поняттями: від чіткого розмежування до повного ототожнення. Обидва поняття вказують на одне явище й різняться лише вихідною точкою зору щодо нього, адже можна дивитися як зі сторони елементів, так і зі сторони мовної цілісності. Ми поділяємо думку більшості науковців, які розуміють під системою сукупність взаємопов'язаних одиниць цілісного об'єкта, а під структурою – сукупність зв'язків і відношень між цими одиницями.

Мовна система побудована ієрархічно і складається з елементів фонетичного, морфологічного, лексико-семантичного, синтаксичного та текстового рівнів. Між ними існує, за теорією ізоморфізму Є. Куриловича, структурний паралелізм, тобто структурна подібність, або ж фрактальність за сучасною термінологією. Автор доводить це на прикладі подібності ролі голосного в складі й предиката в реченні. За теорією ієрархії рівнів Е. Бенвеніста мовні одиниці планом вираження спираються на нижчий рівень, а планом змісту належать до вищого рівня ([16], пор. [140, с. 217–218]). Слідом за Т.І. Домброван [57, с. 65], вважаємо, що мовна система організована за фрактальним принципом, де елементи одного рівня, об'єднуючись, стають "цеглинками" для побудови складніших утворень і так далі. При цьому діапазон можливих варіантів кожного наступного рівня зростає в геометричній прогресії. Так, наприклад, пересічний носій мови може назвати усі фонемі своєї мови, більшість морфем, а слова лише частково (до 10000, хоча у словниках їх кількість може сягати 500000). Щодо речень і текстів, то тут їх комбінаційні можливості безмежні. Носій мови використовує зазвичай лише

основні типи речень (вроджені синтаксичні структури за Н. Хомським) та текстів.

Оригінальний підхід опису мовної системи запропонував К.І. Сімонов. Науковець використав при цьому природничу концепцію взаємної триєдності матерії, енергії й інформації [223, с. 11–12]. Зазначені три складники дають змогу по-новому поглянути на будову мовної системи. Так, наприклад, фонему як елемент фонетичного рівня мови він визначає такою триєдністю: матерія – звукова, графічна чи інша матеріальна форма, енергія – меризми, інформація – код, який зчитується сенсорним аналізатором. За цим підходом у мовній системі матерією виступають її елементи (фонема, морфема і т.д.), енергією – функції цих елементів (перцептивна, делімітативні, сигніфікативна, номінативна, комунікативна), а інформацією – одиниці сприйняття.

У вітчизняному мовознавстві фрактальність з екстраполяцією на мовні явища почали застосовувати зовсім нещодавно, у зв'язку з вивченням формотвірних параметрів художнього дискурсу [36], суб'єктно-предикатних структур [58], властивостей фреймів та процесом їх інтегрування [61], фрактальної семіотики мови емоцій [254], словотвору [71], розвитку словникового фонду [41], фахової термінології [185], концептуальної метафори в художньому тексті [19] тощо. Поступово активуються спроби виявити елементи фрактальності на матеріалі різнотипних текстів: художніх [36; 196; 298; 357; 358; 366] і наукових [358, с. 118]. За спостереженнями Г.-В. Еромса [358, с. 108], фрактальність проявляється в багатьох жанрах і, якщо це виявиться універсальним принципом будови, то тоді можна очікувати прикладне застосування зазначеного підходу. Фрактальність нехудожніх текстів наразі залишається ще мало дослідженим об'єктом, що й обумовлює напрям нашої студії.

Текст, як випливає з етимології цього слова, є певним плетивом, яке складається з частинок і теоретично може бути безкінечним, подібно до історії "1001 ночі". Під частинами можна розуміти за зростанням фонему, морфему, слова, синтагми, речення, абзаци, розділи і т.д. Все залежить від величини

об'єкта дослідження: чим він більший, тим більші, відповідно, й елементи аналізу. Текст створюється на основі рекурентності і шкалювання в обох напрямках: збільшення або зменшення обсягу тексту. Тобто, будь-яке повідомлення (інформація) перебуває на якомусь з етапів тематичного розгортання від слова через речення до тексту.

Фрактальність може виявляється в тексті у плані змісту і плані вираження. У першому випадку йдеться про те, що повторюється ідея, сюжет, а в другому – форма викладу матеріалу. При цьому процес може відбуватися у бік збільшення або зменшення форми. Зазвичай, автори йдуть у напрямку тематичного розгортання – від малого до великого. Тут простежується подібність до біологічного розвитку в природі, наприклад, дерево, де стовбур – центральна тема, гілки – підтеми і т.д. Текст вважають продуктом, статичним об'єктом, у якому зафіксована людська ментальна діяльність, подібно до закам'янілого дерева.

Одну з причин фрактального тематичного розгортання можна вбачати в обмежених можливостях оперативної пам'яті людини ("магічне число 7 ± 2 ") як у адресата при сприйнятті інформації, так і адресанта при її відправленні. Автор повідомлення має структурувати інформацію, щоб вона була зрозумілою і для адресата.

Прикладом протилежно скерованої фрактальності з погляду адресанта є анотація (наукової) статті. Тут відбувається конвенційне згортання тексту статті, коли автор інтуїтивно намагається представити все в стислому вигляді. Інший, формальний спосіб, який наразі часто застосовують в Інтернет-мережі при компресії тексту, – це формальне обмеження в кількості знаків. Брак місця є основним визначальним фактором, який змушує автора вирішувати, що є квінтесенцією статті, тобто її атомарним віддзеркаленням.

У медіатекстах як складних семіотичних утвореннях з точки зору реципієнта візуально виокремлюються такі макроструктурні складники різного обсягу, як заголовок (заголовковий блок), перший абзац (лід), сам текст статті та світлина. Світлина в сучасній медіапрактиці є факультативною і може

виконувати декілька функцій: привернення уваги, візуалізація, унаочнення тощо. Найперше, що впадає в очі респонденту при сприйнятті медіатексту, – це типографічно виділений заголовок з / без світлини. На них лягає основне "функціональне навантаження" медіатексту: привернути увагу і стисло передати головне, центральне повідомлення в інформаційних текстах і зацікавити в аналітичних. Цей макроструктурний компонент тексту ми вважаємо початковим фракталом (α), оскільки в ньому закодоване за мовними нормами інформаційне ядро повідомлення, що в ідеалі має містити відповіді на базові питання адресата ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ, ЧОМУ, ЯК. Вербалізується α -фрактал зазвичай за принципом мовної економії через такі синтаксичні конструкції, як речення чи словосполучення, рідше слово, що залежить від жанрової належності медіатексту. Наступним за послідовністю сприйняття може йти лід, в якому розгорнуто повторюють інформацію α -фрактала з уточненням, доповненням тощо. Цей макроструктурний складник ми називаємо ϕ -фракталом, оскільки він є проміжним і за своїм інформаційним наповненням повторює початковий фрактал, але вже на новому рівні, коли реципієнт отримує достатньо відомостей про подію і може теоретично припинити подальше ознайомлення з новиною. ϕ -фрактал оформлюють одним абзацом з декількох синтаксичних конструкцій. І останній макроструктурний компонент медіатексту, який ми виокремлюємо, – це решта тексту, який адресат не завжди читає до кінця. Він оформлений як послідовність декількох абзаців, у яких вже максимально розгорнуто повторюють згадану в попередньому фракталі інформацію.

Отже, в медіатекстах помітне поступове інформаційне розгортання новини, коли відбувається різномасштабне повторення вихідної інформації з можливими тематичними відхиленнями (додаванням нових, другорядних тем). Візуально це можна представити у вигляді піраміди, де початковий фрактал розташований зверху, під ним – проміжний фрактал (факультативний), і в основі піраміди – кінцевий фрактал (див. рис. 1.6):

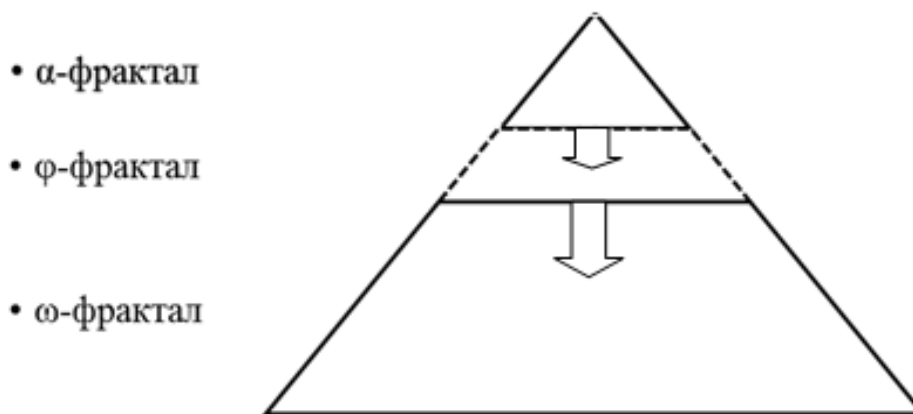


Рис. 1.6 Фрактальна структура медіатексту

Загалом, становлення новітньої лінгвосинергетичної наукової парадигми пов'язане з низкою об'єктивних труднощів: складність експериментальної перевірки запропонованого фрактального підходу; відсутність можливості спостереження за механізмами породження тексту як фрактального явища; проблематичність встановлення необхідних для фрактального аналізу змінних, придатних для обчислення тощо. З огляду на це пошуки наразі носять найчастіше "інтуїтивно-феноменологічний характер" [191]. Незважаючи на вказані труднощі, в лінгвістичній науці можна виокремити низку досліджень, які можуть допомогти при розгляді фрактальності, як-от:

1) вимірювання розміру речень, абзаців як композиційних факторів у процесі структурної організації тексту для встановлення закономірностей узгодження речень і абзаців один з одним і з текстом як цілим [175; 148 та інші];

2) статистична параметризація текстів різних стилів і авторів для встановлення їх характеристик на фонетичному, морфологічному, лексичному та синтаксичному рівнях [28; 232 та інші];

3) встановлення квантитативних закономірностей розподілу лінгвістичних одиниць, наприклад, закон Менцерата-Альтмана, згідно з яким більша за обсягом одиниця тексту містить дрібніші складові; закон динаміки лексики, згідно з яким можна описати частоту і розподіл певного лексичного елемента в тексті та інші [490; 281].

4) формально-логічне моделювання та графемне структурування мовних одиниць для встановлення закономірностей їх формальної і семантичної будови, наприклад, паралелограм Менцерата при аналізі морфемної структури слів [117; 80, с. 27], мережеве моделювання тексту [224; 48] тощо.

Ці та деякі інші наукові напрацювання дозволили Р. Келеру [442] створити міжрівневу синергетичну модель мови як системи, яка охоплює шість лінгвістичних величин (довжина слова, частота, кількість фонем, полілексія, політекстуальність, величина лексикону), десять зв'язків з позамовними феноменами (мінімізація затрат на кодування і декодування інформації, затрати на процес передачі повідомлення, економія і специфікація контексту, мінімізація лексичного обсягу повідомлення) і дванадцять інтерпретованих процесів (фонологічна уніфікація і диверсифікація, лексикалізація, лексична редуція, скорочення, глобалізація інформації тощо), і перевірити її об'єктивність на значній кількості емпіричних даних. Проте, як слушно зазначає автор, запропонована модель є лише одним з перших кроків до створення цілісної синергетичної концепції мови, оскільки поза увагою залишилося багато інших чинників, які необхідно інтегрувати в цю модель.

Висновки до розділу 1

1. Медійний текст потрактовано як обмежену когерентну послідовність вербальних і невербальних знаків, яка виконує як єдине ціле певну комунікативну функцію в друкованих ЗМІ. Тексти зі спільними ознаками об'єднують у типи текстів (жанри). Знання про них належить до повсякденної комунікативної компетенції носія мови.

2. Дискурс розглянуто як відкриту сукупність тематично і (або) прагматично пов'язаних один з одним текстів у поєднанні з соціальними, культурно-історичними, психологічними та іншими факторами. Кожен окремий текст через свою тематичну спрямованість належить до якогось дискурсу, і, таким чином, несе ознаку дискурсивності. Кількість текстів

певного дискурсу неможливо встановити, оскільки в текстах можуть торкатися різних тем. Вирішальним у цьому випадку є ядро певного дискурсу, де зібрані тексти з певної тематики. Метафорично це можна представити так: текст – це тематичне сплетіння речень, а дискурс як фрактальне утворення вищого порядку – це тематичне сплетіння текстів.

3. У студії послуговуємося відомими загальними класифікаціями медійних текстів В.Й. Здоровеги, К. Брінкера, Г. Люгера, Е. Штраснера та інших лінгвістів і обмежуємося частотними жанрами інформаційних і аналітичних класів текстів: замітка (нім. *Meldung*), інформаційна стаття (нім. *Nachricht*), кореспонденція (нім. *Bericht*), коментар (нім. *Kommentar*), інтерв'ю (нім. *Interview*), синоптичне повідомлення (нім. *Wetterbericht*). У роботі не ставиться за мету зіставити усі наявні медійні жанри в досліджуваних медіапрактиках з декількох причин. По-перше, не завжди простежується функціональна відповідність між жанрами в обох медіапрактиках. По-друге, в жанровій царині можна скоріше говорити про прототипи певних видів текстів без чітких меж між ними. І, нарешті, в дійсності постійно відбувається змішування, так звана гібридизація, контамінація жанрів, що робить спроби строгого розмежування малоефективними.

4. Основна увага медіалінгвістики сфокусована на дослідження функціонування мови в засобах масової комунікації. Інтерес до мови мас-медіа зумовлений багатьма факторами. У першу чергу, через її здатність фіксувати найактуальніші тенденції розвитку мовної системи. Як найбільш відкрита для всіх інших комунікаційних сфер діяльності людини мова мас-медіа виступає активним посередником між ними. У мові сучасних мас-медіа як гетерогенному явищі перетинаються різні функціональні стилі. За функціями медійні тексти поділяють на три великі класи: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні, хоча спостерігається тенденція до змішаних, гібридних жанрових форм.

5. Вельми важливим при роботі з медіатекстом є питання інформаційної структури тексту. В тематичному розгортанні медійних текстів добре

простежуємо фрактальність текстової структури. Адже перехід від однієї до іншої теми здійснюється поступово, циклічно, коли кожен новий етап розвитку додає щось нове до попереднього. Через інформаційне збільшення обсягу тексту відбувається ускладнення цілої системи. Циклічний принцип, як відомо з фізіології, лежить в основі життєдіяльності організму. Через це й когнітивні процеси (пам'ять, породження і сприйняття інформації) побудовані за фрактальним принципом, куди входить і циклічність. Для позначення складників медіатексту використовуємо термін фрактал. Кожна така макроструктурна одиниця виділяється реципієнтом візуально.

6. У ХХІ столітті набув поширення фрактальний підхід при описі явищ, які раніше були поза увагою через свою складність. Фрактальність лежить в основі еволюції різних систем, оскільки процес фізичного, біологічного чи соціального розвитку є безмежною сукупністю тимчасових, взаємозалежних самоподібних проміжних станів-процесів. За фрактальним підходом у процесі розвитку виокремлюються три фази: 1) початкова α , 2) проміжна φ та 3) завершальна ω . Кількість проміжних фаз φ теоретично безмежна і залежить від критеріїв спостереження. α - і ω -фази є крайніми точками розвитку, проте вони є такими лише на якомусь певному рівні, тобто вони можуть бути перехідними пунктами з нижчого або до вищого рівнів безкінечного спіралеподібного розвитку.

Мовна система організована за фрактальним принципом, де елементи одного рівня, об'єднуючись, стають фундаментом для будови складніших утворень і так далі. Текст як об'єкт дослідження перебуває на якомусь із етапів тематичного розгортання від слова через речення до цілого тексту.

Основні результати цього розділу висвітлено в публікаціях автора [86; 87; 90; 102; 111; 112; 113; 114; 116; 426].

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА КОНСТРУЮВАННЯ ФРАКТАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ ПАРАЛЕЛЬНИХ МЕДІАТЕКСТІВ У НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

2.1 Матеріал дослідження

Матеріалом контрастивної студії слугують паралельні тексти зовнішньополітичної і синоптичної тематики в сучасних німецьких і українських медіавиданнях. Тексти зібрано упродовж 2002–2015 років з провідних німецько- й україномовних друкованих видань, а саме: *Berliner Zeitung*, *Der Tagesspiegel*, *Die Welt*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *taz*, *День*, *Голос України*. Локальні газети не залучалися до аналізу через те, що в них висвітлюються переважно місцеві новини та наводиться реклама.

Розглянемо спочатку ситуативний фактор обох медіакультур.

2.1.1 Німецький і український медіаландшафти. Німецько- й україномовні друковані медійні видання значно різняться в якісному і кількісному аспектах. Це зумовлено різними чинниками, насамперед, екстралінгвальними. Як справедливо зазначає В.Й. Здоровега, своєрідність стану ЗМІ в Україні зумовлена історично, політично та економічно. Завоювавши політичну свободу наприкінці ХХ століття, українські ЗМІ потрапили у жорстку економічну залежність від роботодавця. Окрім цього, нормальному функціонуванню українським медіавиданням заважає низька ефективність економіки (дет. про стан ЗМІ в Україні див. [68, с. 7–14; 63]). Німецькі ж медійні видання мають давні демократичні традиції і перебувають у значно кращих економічних і політичних умовах.

Згідно зі статистичними даними, в Німеччині на 1000 мешканців старше 14 років припадає 260 щоденних видань. 78 відсотків німецьких громадян

читають щодня газети в середньому 28 хвилин. Якщо взяти до уваги Інтернет, то кількість витраченого часу на ознайомлення з новинами в мережі Інтернет буде ще більшою через привабливість, оперативність і мультимодальність цієї сфери мас-медіа. Про українські інформаційні реалії немає відповідної статистики. Але відповідні показники є значно нижчими за німецькі через політико-економічну ситуацію в країні.

В обох мовних просторах домінують локальні і регіональні щоденні видання, які орієнтуються переважно на місцеві події. Найбільший наклад (14 млн.) в Німеччині мають 315 локальних і регіональних передплачуваних газет, далі слідують вісім бульварних видань (4 млн.). Десять національних газет, тобто таких, які поширюють щонайменше 20 % накладу поза межами свого основного регіонального ринку (пор. [335, с. 41]), мають наклад близько 1,5 млн. екземплярів.

Бульварна газета *Bild* з майже чотиримільйонним накладом є найбільшим німецьким виданням жовтої преси. Меншими за кількістю, але більш впливовими на суспільну думку є загальнонаціональні щоденні газети *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt*, *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Rundschau*. Газети *Der Tagesspiegel* і *Berliner Zeitung*, що видаються в столиці, мають тенденцію до загальнонаціонального рівня. Усі ці видання презентують певним чином політичний спектр німецького суспільства між правими і лівими поглядами. Важливу роль у німецькому інформаційному просторі відіграють щотижневі політичні журнали *Der Spiegel*, *Focus*, *Stern* і тижневик *Die Zeit*. Доповнює всю цю друковану медіапропозицію щонедільні видання *Bild am Sonntag*, *Welt am Sonntag*, *Sonntag Aktuell* і *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* з накладом у 4 млн. екземплярів. Для іноземців, які проживають в Німеччині, є досить широка палітра спеціальних видань іншими мовами.

На відміну від Німеччини українська преса переживає останні десятиліття складні часи. Регулярно видають приблизно 4300 періодичних видань, серед

них 60 % газети і 40 % – журнали. Кількість щоденних газет складає при цьому лише 1 % усіх видань, кількість щотижневих видань – 85 %.

Найбільші накладі серед українських газет вказують російськомовні *Факты и комментарии*, *Аргументы и факты*, *Сегодня*, хоча задекларовані і реальні тиражі не завжди збігаються (пор. [63, с. 99]). Більшість друкованих видань видають в українській столиці, у той час як німецькі друкуються у різних регіонах, наприклад, Гамбурзі, Мюнхені тощо. 700 газет виходять по всій країні, 1800 поширені в регіонах. 22 % усіх видань політично орієнтовані, 22 % оцінюють себе як загальноінформативні, 15 % – періодичні рекламні видання.

В українському медійному ландшафті впадає у вічі одна суттєва особливість. Більшість українських щоденних і тижневих медіавидань друкують російською мовою (дет. про російськомовні українські ЗМІ див. [235]), наприклад, *Факты и комментарии*, *Вечерние вести*, *Сегодня* тощо. Інші виходять декількома мовами, наприклад, *День*, *Дзеркало тижня* – українською, російською та англійською. Треті – виключно українською. Це переважно регіональні західноукраїнські видання, як-от: *Експрес*, *Високий Замок*, *Молодий Буковинець* тощо. У процентному відношенні за К.С. Серажим 80 % ЗМІ України є неукраїномовними. При цьому авторка справедливо зазначає, що двомовні медіавидання часто спотворюють українську мову [222, с. 491]. Така мовна ситуація обумовлена, насамперед, економічними, соціальними й історичними причинами.

Різниця між обома медіакультурами простежується в такому показнику, як обсяг і періодичність газети. За кількістю сторінок українські газети приблизно втричі менші за німецькі (пор. [457, с. 203]). Відповідно, редакції українських газет мають порівняно з німецькими досить скромні редакційні штати. Більшість україномовних газет виходить тричі на тиждень, лише деякі – 4 рази, наприклад, *День*. Щодня, тобто 6 або 7 разів на тиждень, як це має місце в Німеччині, не видається жодна україномовна газета. Це зумовлено, насамперед, економічними чинниками.

З появою Інтернету наприкінці 90-х років ХХ ст. для друкованої преси загалом характерне поступове зменшення накладів. Більшість видань, починаючи з 1995 року, мають свої електронні версії. Такі форми мас-медіа мають значні економічні переваги за друковані і, очевидно, з часом завдяки подальшому технічному прогресу замінять друковані версії (дет. про Інтернет-комунікацію див. [130]).

За базові видання для контрастивного дослідження обрано відносно рівнозначні видання в обох лінгвокультурах – *День* і *Berliner Zeitung* (для жанру "синоптичне повідомлення" взято *Der Tagesspiegel* через типовість подання в цій газеті). Вибір саме цих видань зумовлений такими факторами, як локальність (видаються в столицях) і тип газети (щоденні). Їх адресною аудиторією вважається освічена публіка. Інші німецько- і україномовні видання "якісної преси" виконують у дослідженні додаткову роль для отримання повноти картини.

2.1.1.1 *Berliner Zeitung*. Щоденна газета *Berliner Zeitung* видається з 1945 року (у східному Берліні) і вважається наразі авторитетним загальнонімецьким виданням. Газета конвенційно структурована, як і більшість німецьких газет. Типовий номер починається політичною рубрикою, де повідомляється про актуальні події в світі та країні. Далі слідує рубрики *Wirtschaft, Sport, Berlin, Feuilleton, Panorama, Kulturkalender*. Суботній номер виходить з додатковими рубриками *оголошення, подорож* тощо. Редакція використовує, як це прийнято в багатьох виданнях, кольорову титульну та кінцеву сторінки.

Зазначене видання представляє скоріше центристський політичний погляд. З квітня 2010 газета є частиною DuMont-редакції, до якої входять такі видання, як *Frankfurter Rundschau, Kölner Stadt-Anzeiger* та *Mitteldeutsche Zeitung*.

2.1.1.2 *День*. Українська газета *День* виходить з вересня 1996 року накладом приблизно 60 тис. примірників. Спочатку газета виходила лише українською мовою, з 1997-го – й російською. З 1998 року з'явився

англомовний тижневий дайджест "The Day". Наразі українська та російська версії виходять чотири рази на тиждень (вівторок, середа, четвер і п'ятниця), англійська – двічі (у вівторок і четвер). Три рази газета друкується форматом А2 на 12 сторінках, по п'ятницях – форматом В3 на двадцяти чотирьох сторінках.

З 1999 року газета "День" перша в Україні стала членом міжнародної газетної асоціації "Синдикат", яка об'єднує рівноправних партнерів, серед яких французькі "Le Figaro" і "Le Monde", австрійська "Der Standard", німецькі "Die Welt" і "Handelsblatt", британська "Guardian", італійська "Corriere della Sera" тощо. Завдяки цьому на сторінках *Дня* читачі можуть ознайомлюватися з матеріалами різних видань.

Зазвичай, на дванадцяти сторінках української газети представлено такі тематичні рубрики: 1) титульна сторінка; 2) *День* України (внутрішня політика); 3) *День* Планети (зовнішня політика); 4) Подорожі; 5) Культура / Суспільство / Історія і Я; 6) Пошта *Дня* / *Time Out*.

П'ятничний номер має такий поділ: 1) титульна сторінка; 2) Панорама *Дня* (про події у світі й Україні); 3) *NB* (аналітичні статті); 4) Суспільство; 5) *День* за *Днем* (про різне); 6) *Ukraina Incognita* (про історичні події); 7) TV-Програма; 8) Реклама; 9) Особистості; 10) Культура; 11) Пошта *Дня*; 12) Подорож; 13) *День* на дивані (фейлетон); 14) В кінці *Дня* (Відпочинок).

День лише нещодавно почав використовувати кольорову титульну сторінку, що додало газеті певної візуальної привабливості. На титульній сторінці наразі значно домінує невербальна частина із заголовками найважливіших публікацій, тексти яких розташовані на внутрішніх сторінках видання.

2.1.2 Інтернет-версії німецьких і українських щоденних газет. Уже більше десяти років лінгвістів цікавлять питання комунікації в Інтернеті. Предметом аналізу виступають комунікативні і функціональні зв'язки в гіпертексті, особливості сучасних комунікативних можливостей, як-от: чат,

електронна кореспонденція, блог, персональна вебсторінка тощо (пор. [34; 149; 164; 264; 299; 499; 539; 602]). Нові технічні засоби пришвидшують обмін інформацією між комунікантами і *volens nolens* впливають на хід комунікації, висуваючи нові пріоритети при поданні й оформленні інформаційного матеріалу.

Одним з досягнень XXI століття є поява в мережі Інтернету електронних інформаційних сайтів газет і журналів, які виступають конкурентами для друкованих видань. До основних переваг нових електронних видань відносять оперативність, використання аудіо- і відеоматеріалів, а також інтертекстуальність, що проявляється в можливості нелінійного отримання інформації.

Об'єктом зіставлення слугували інтернет-версії двох друкованих видань Німеччини і України. На прикладі *Berliner Zeitung* (<http://www.berliner-zeitung.de>) і *День* (<http://www.day.kiev.ua>) порівнюємо будову і подання інформації в різнокультурних інтернет-версіях газет.

Якщо друковані версії пройшли різну за тривалістю історію свого розвитку (*Berliner Zeitung* виходить з 1945 року, а *День* з 1996 року), то інтернет-версії обох видань мають відносно однаковий вік. Однією з особливостей української газети є її багатомовність. Як і друковане видання, електронна версія виходить трьома мовами: українською, російською та англійською.

За макроструктурою обидві газети мають подібну структуру своїх інтернет-версій, що використовується у багатьох інтернет-газетах:

- 1) вступний блок з назвою газети і переліком тематичних рубрик;
- 2) інформаційний блок газети;
- 3) заключний блок, що містить правові реквізити газети.

Кожна інтернет-версія проаналізованих медіавидань має також рекламний блок, що знаходиться завжди на найпомітнішому місці – нагорі і справа від інформаційного блоку. Реклама відіграє тут велику роль, адже при відсутності продажу через кіоски чи передплату видання змушені шукати різні джерела фінансування.

Центральну позицію в інтернет-версії газети *Berliner Zeitung* займає назва газети з її фірмовим символом Берліна, актуальною датою і погодою столиці (див. рис. 2.1). Зліва над назвою газети як надзаголовок наводиться рекламно-інформаційний рядок з такими рубриками, як *Абонемент*, *Оголошення*, *Магазин*, *Подорожі читачів*, *Інформаційний лист* з пропозицією підписатися на безкоштовний варіант газети, *Мобільні новинки*, а також виділений жирним шрифтом лінк *Ринок праці*. Справа зверху наводиться віконце для пошукової системи. Верхні лінки носять переважно допоміжний та рекламний характер.



Рис. 2.1. Скриншот Інтернет-сторінки *Berliner Zeitung*, 14.11.15.

Під центральною назвою газети *Berliner Zeitung* на синьому фоні розташовані такі інформаційні рубрики, як *Вдома* у вигляді знаку-ікони хатинки, *Berlin*, *Politik*, *Wirtschaft*, *Kultur*, *Sport*, *Panorama*, *Wissen*, *Gesundheit*, *Digital*, *Auto*, *Reise*, *Karriere*. Кожна з них має свої підрубрики. Рубрика *Вдома*, що знаходиться одразу під головними рубриками з такими підрубриками, як *Übersicht*, *Fotogalerien*, *Videos*, *Blogs*, *Soziale Netzwerke*, *Umfragen*, *Archiv*, *TV-Programm*, *Kino*, *Kontakt*, виконує інтерактивну мету.

У *Berliner Zeitung* рекламні блоки розташовують у верхній і правій частинах сторінки. Як правило, це банківські рекламні оголошення. В самій же віртуальній версії газети рекламний блок займає до 40 % верхньої правої

шпальти газети, під якою розташовуються культурні, технічні, спортивні та інші види інформації.

Інформаційний блок статей у *Berliner Zeitung* наводять зліва під рубриками за сталою схемою: зліва подається надзаголовок, справа – ключове слово або рубрика, під ними розташовується заголовок статті зі світлиною (α -фрактал). Статті представлені у вигляді інформаційних зачинів (ϕ -фрактал). Для подальшого ознайомлення зі статтею слід відкривати лінк *mehr* (ω -фрактал). Як розвиток згаданої тематики є посилання на інші тематично пов'язані публікації. Статті постійно актуалізують і наводять за зазначеною фрактальною моделлю. Читачу залишається лише знати, що саме його цікавить, бо інакше читання може перетворитися на безкінечний процес. Загалом варто відзначити, що подібний принцип побудови інтернет-версії газети характерний і для інших німецьких видань, як-от: *Berliner Morgenpost*, *Der Tagesspiegel*, *Süddeutsche Zeitung* тощо.

Дещо в іншому плані побудована інтернет-версія української газети *День*. З початку свого існування вона була прив'язана до друкованої версії, на що експліцитно вказував номер видання з датою. Останнім часом сторінка набула ознак західноєвропейських видань, де постійно оновлюють новини. Реклама в інтернет-версії української газети ще не дуже поширена. Як рекламу, або оголошення можна вважати горизонтальну інтерактивну заставку над віртуальною газетою, де повідомляється про різні акції. Наприклад, 3.11.2011 такою заставкою була вказівка на історичний веб-проект *Україна Incognita* на фоні історичних будівель.

Між цією рекламно-інформаційною заставкою і самою віртуальною газетою розташовані вказівки на *вхід* і *реєстрацію* для постійних читачів, *головні події за день* у вигляді ключового речення й актуальна дата на час перегляду сторінки.

В Інтернет-версії газети назва *День* подається на фоні червоного сонця зліва (див. рис. 2.2). По центру як верхній колонтитул розташовані лінки на *редакцію*, *рекламу*, *передплату*, *проекти/ініціативи* і *головну сторінку*

редактора на темному фоні. Особливістю українського видання є використання афоризмів, які наводять справа від назви газети. Так, у номері від 31.07.2015 таким афоризмом була думка Генрі Форда, засновника корпорації "Форд Мотор": "Перешкоди – це лякаючі речі, які з'являються, коли ви перестаєте дивитися на свою мету".

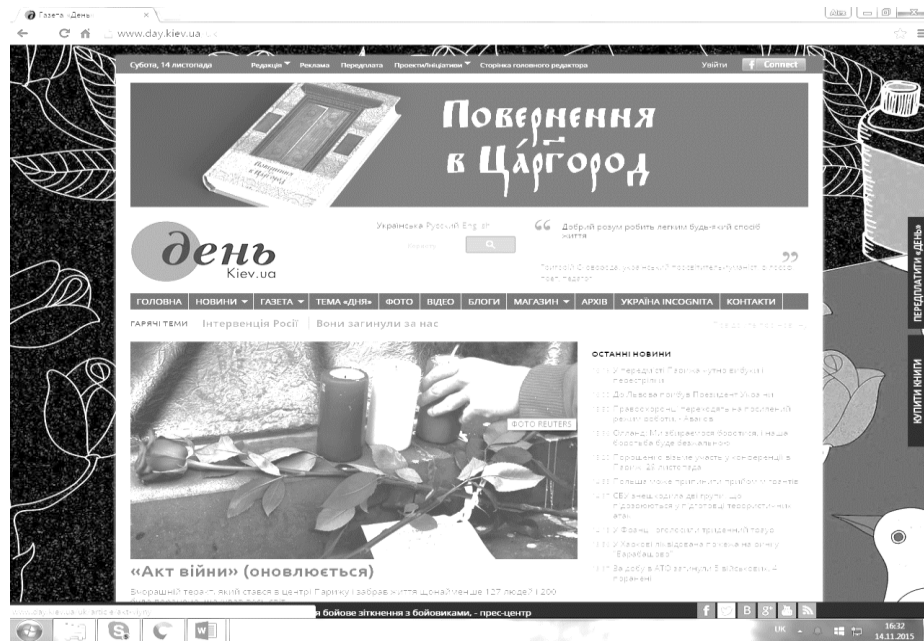


Рис. 2.2. Скриншот Інтернет-сторінки газети *День*, 14.11.15.

Під назвою газети розташовані на темному фоні загальноінформативні рубрики: *Головна, Новини, Газета, Тема "Дня", Фото, Відео, Блоги, Магазин, Архів, Україна Incognita, Фонд*. Деякі з них поділяються на підрубрики. Як прийнято в багатьох виданнях, *День* почав останнім часом використовувати рядок *гарячі теми*, де наводяться червоним кольором ключові події. Так, на 31.07.2015 такими були *ситуація в Мукачево, Інтервенція Росії і Вони загинули за нас*. Для пошуку в архіві газети використовується пошукове віконце, що знаходиться зліва під рубриками, при цьому є можливість розширеного пошуку в архіві газети.

Основні рубрики електронної версії газети *День* є *День України, День Планети, Політика, Економіка, Світові дискусії, Суспільство, Культура, Медіа, Пошта, Українці – читайте!, Top-Net, Nota bene, Сімейний альбом України, Тайм-Аут*. Кожну з них можна передивлятися окремо. Сама ж

друкована версія газети із зазначенням номера і року подається вертикальним підбором світлин і заголовків статей конвенційно із лінком на повний текст. Кількість статей складає, зазвичай, від трьох до п'яти публікацій, і тому це не переобтяжує реципієнта, на відміну від німецького видання, де інформації у декілька разів більше.

Права шпальта віртуальної газети *День* виділена під *Блоги* зі світлинами авторів, фоторепортажі, відеоматеріали та рекламу. На цій же шпальті в режимі постійного оновлення наводяться останні топ-новини, проводяться опитування читачів на актуальні теми в країні. В такий спосіб редакція газети намагається підтримувати контакт із своєю аудиторією.

Відмінністю електронної версії *Дня* порівняно з *Berliner Zeitung* є те, що в ній можна ознайомитися з реальною друкованою версією газети за номерами. У німецькій електронній версії газети можливий лише пошук статті за ключовими словами, датами, рубриками, що зумовлено, насамперед, великою кількістю наданої інформації.

Завершальною частиною в обох електронних виданнях є вказівки на авторські права газети, дизайну тощо. Ці дані наводяться дрібним шрифтом, оскільки рідко кого вони цікавлять, і їх не змінюють роками.

Підсумовуючи зіставний огляд електронних версій німецької газети *Berliner Zeitung* і української *День*, можна зазначити таке: при загальному подібному макроструктурному поділі спостерігається різне концептуальне бачення газетами своїх інтернет-версій. У німецькому виданні редактори намагаються тримати читачів в курсі останніх подій, що призводить до розбіжностей між електронною і друкованою версіями статей. В українському виданні спостерігається прив'язаність електронної версії до друкованого варіанту. Відмінності наявні також в обсязі самих сторінок: німецька значно більша за українську. Однією з основних причин цього вважаємо різні стани економічного розвитку обох суспільств.

2.2 Методи дослідження

Відома швейцарська дослідниця К. Адамцік виділяє в контрастивних студіях три загальні напрями дослідження: 1) ментальний, 2) текстолінгвістичний і 3) мовноструктурний [276, с. 17].

Перший напрям розвинули Р. Б. Каплан [425], Й. Гальтунг [372] і М. Клайн [326]. Він тісно пов'язаний з Гумбольдтівською ідеєю мовної картини світу і з гіпотезою лінгвальної відносності Сепіра-Уорфа. В основі таких досліджень лежить теза про зв'язок між мовою і культурою, що відбивається в мові через характерні стилі викладу інформації (пор. [454]). Недоліком цього підходу вважають відсутність практичного аналізу на достатній кількості матеріалу, оскільки зазвичай подібні роботи наводять лише добре відомі культурні стереотипи про англосаксонську, німецьку, романську, слов'янську чи східну культури.

При текстолінгвістичному підході дослідники орієнтуються на результати лінгвістики тексту, переважно щодо пропозицій до класифікації текстів. На передній план виходять, з одного боку, описовий аналіз макроструктури тексту, тобто послідовність його складників, а, з іншого боку, аналіз ілокутивної структури тексту. Таким чином долається недостатність емпіричного аналізу і тенденційність до оцінювальної характеристики попереднього підходу. В таких контрастивних студіях основну увагу приділяють граматичним і лексичним ознакам на матеріалі переважно стандартизованих текстів. На думку К. Адамцік [276, с. 23], цей підхід, на відміну від попереднього, не є виключно контрастивно спрямованим, оскільки зіставляти можна різні види текстів однієї мови як в синхронії, так і діахронії.

Мовноструктурний підхід передбачає аналіз текстового корпусу, насамперед, як основи для порівняння виключно граматичних явищ у різних мовах, а не самих жанрів. Тому, за К. Адамцік [276, с. 24], у вузькому розумінні контрастивної текстології цей напрям не входить до неї. Подібні

дослідження проводять в руслі порівняльної стилістики і перекладознавства, коли намагаються виділити типові контрасти при використанні мовних засобів.

К. Адамцік [276, с. 25] зазначає, що виокремлені нею три провідні ідеї, які простежуються в контрастивних студіях, у реальних дослідженнях формулюють не завжди чітко (пор. [590]). Крім того, вони зазвичай перетинаються. Тому, на нашу думку, залежно від матеріалу дослідження варто поєднувати ці три підходи при контрастивному аналізі, оскільки вони гармонійно взаємодоповнюють один одного, роблять результати більш завершеними і обґрунтованими.

У сучасній медіалінгвістиці загалом і контрастивній медіагенології, зокрема, використовують досить широку палітру методів з різних царин. Зазвичай, застосовують методи лінгвістичного аналізу для виявлення виключно мовних властивостей текстів у лексичному, синтаксичному та стилістичному аспектах. Так, за допомогою контент-аналізу отримують дані про текст через кількісний підрахунок частоти певних його одиниць (дет. див. [158]). Методи квантитативної лінгвістики дозволяють виявити статистичні закономірності текстової будови (дет. див. [153; 187]). При використанні методу дискурс-аналізу, в основі якого лежить концепція про дискурс, намагаються встановити зв'язки між мовними і позамовними аспектами тексту (Т. van Dijk). Для виявлення прихованого політико-ідеологічного складника медіатексту застосовують метод критичної лінгвістики. Методом когнітивного аналізу з'ясовують концептуальний бік медійного тексту. Метод лінгвокультурологічного аналізу застосовують при виокремленні культурних компонентів тексту, наприклад, реалій, запозичень, одиниць безеквівалентної лексики тощо, що дозволяє прослідкувати національно-культурні особливості медіатекстів (дет. див. [55]).

Як показує критичний аналіз літератури в царині контрастивної лінгвістики тексту та генристики, при дослідженні текстів потрібно залучати як мовні, так і позамовні критерії. Вони зводяться до чотирьох основних питань:

- *Для чого написано текст?* (функція);

- *Де його використовують?* (ситуація);
- *Яка його будова?* (структура);
- *Як він оформлений?* (вербальні і невербальні засоби).

Для наочності наведемо найпоширеніші критерії для аналізу текстів у німецькомовному лінгвістичному дискурсі, де простежуються зазначені вище питання (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Найпоширеніші ознаки аналізу текстів за німецькими авторами

<i>Heinemann / Heinemann 2002</i>	<i>Adamzik 2004</i>	<i>Brinker 2014</i>
Функціональний Рівень	Функція	Комунікативно- функціональний аспект
Ситуативний рівень	Ситуативний контекст	Ситуативний аспект
Тематичний і структурний рівень	Тема, зміст	Структурний аспект: тематичний рівень
Якісний рівень	Мовне Оформлення	Структурний рівень: жанрово- мовні (лексика, граматики) і невербальні засоби

Найбільш комплексний метод при аналізі текстів, на який посилається більшість дослідників, запропонували М. Гайнеман і В. Гайнеман [399, с. 143–164]. Автори використовують багаторівневу модель, побудовану за принципом виділення ознак (подібно до компонентного аналізу). Науковці виокремлюють чотири рівні, в яких розрізняють такі складники:

- 1) функціональний рівень розглядає мету тексту (напр., налагодження контакту, інформування, вплив, реклама тощо);
- 2) ситуативний рівень визначає локальну та темпоральну належність тексту (місце дії, канал/медіум, кількість учасників тощо);

3) тематичний і структурний рівень характеризує змістову спрямованість (розгортання теми, структура тексту тощо);

4) якісний рівень описує мовні характеристики тексту (комунікативні максими, типові текстові формулювання, стилістичні особливості тощо).

За потреби, як зазначають науковці, можна задіювати додаткові класифікатори.

Ф. Зімлер і представники його школи [305; 414; 459; 549; 566] при комплексних жанрових дослідженнях в системно-функціональному руслі виокремлюють дві основні ознаки: позамовні і мовні. До перших вони відносять адресата, адресанта, місце, час і медіум, тобто ситуативний рівень. До мовних ознак належать виключно текстові структурні параметри, наприклад, ініціатор – індикатор початку тексту, макроструктура – будова тексту, термінатор – індикатор кінця тексту. До внутрішньомовних ознак належать лексичні та синтаксичні особливості текстів.

На відміну від німецькомовного лінгвістичного дискурсу, у східно-європейському мовознавстві методика аналізу зосереджена переважно на стилістичному аспекті художніх текстів. Наразі дослідники почали звертати увагу й на інші текстові ознаки (пор. [7; 25; 138]). Разом з тим, судячи з виведеного З.І. Комаровою [129, с. 445] узагальненого алгоритму дослідження тексту, на пострадянському просторі продовжує домінувати стилістичний складник текстового аналізу: 1) делімітація тексту, тобто визначення його меж; 2) визначення типу тексту; 3) визначення теми тексту; 4) визначення структури тексту; 5) виявлення особливостей внутрішньотекстових зв'язків; 6) з'ясування стилістичних особливостей тексту; 7) встановлення прагматичної сутності тексту.

Останнім часом для розширення, систематизації й активізації текстологічного описового апарату німецькомовні мовознавці (див. праці в [593]) намагаються поєднувати лінгвістичні підходи із соціологічною системною теорією Н. Лумана [477]. Вихідним моментом при цьому є діалектичний взаємозв'язок між суспільством і комунікацією: існування суспільства можливе лише завдяки комунікації, а комунікація, у свою чергу, потребує

суспільства. Тут простежується добре відома загальнолінгвістична теза про мову як суспільне явище.

За теорією Н. Лумана розрізняють три види систем: біологічні (організми, клітини, нервові системи), психічні (людська свідомість) та соціальні. Соціальні аутопоезисні (самопродукуючі) системи є комунікативними системами.

Соціальні системи можуть поділятися на дрібніші функціональні субсистеми, якщо вони виконують для суспільства свою функціональну роль. Д. Краузе наводить узагальнювальну схему соціальних систем (див. рис. 2.3).

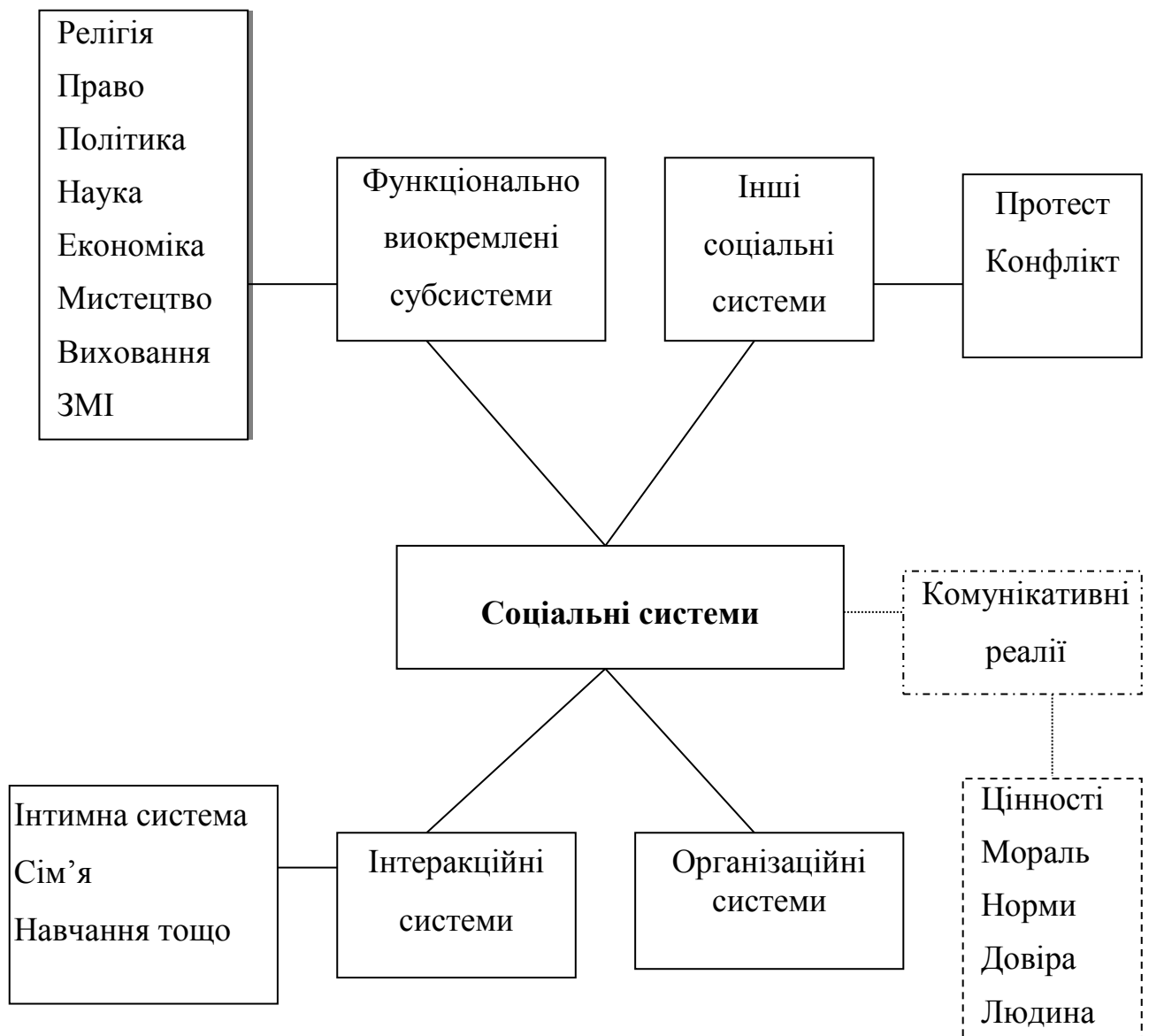


Рис. 2.3. Соціальні системи за Д. Краузе [449, с. 35].

Подібно до соціологічного поділу суспільства, деякі мовознавці, наприклад, Х. Ганзель, намагаються класифікувати "світ текстів" [374]. Адже тексти є результатами процесу комунікації в різних підсистемах суспільства, тобто походять з різних сфер комунікації, або, за сучасною термінологією, – дискурсів або дискурсивних практик (пор. [247]). При цьому додатково до текстових критеріїв опису (функція – *для чого?*, ситуація – *в якому контексті?*, структура – *як?*) залучаються ще такі класифікатори, як тема тексту (нім. *Sachdimension*, *що?*), час (нім. *Zeitdimension*, *коли?*) і суб'єкт (нім. *Sozialdimension*, *хто?*). Зазначені класифікатори перегукуються із вже згаданими класифікаційними ознаками лінгвістичного підходу.

Таким чином, вибудовується така модель текстового опису:

- 1) ситуативний рівень (*де?*): розглядається контекст появи того чи іншого тексту;
- 2) соціальний рівень (*хто?*): розглядається автор тексту;
- 3) темпоральний рівень (*коли?*): в центрі уваги перебуває часова характеристика тексту;
- 4) тематичний рівень (*що?*): розглядається тема тексту;
- 5) функціональний рівень (*для чого?*): звертається увага на мету тексту;
- 6) структурний рівень (*як?*): розглядаються граматичні, стилістичні аспекти текстобудови.

Дослідження за наведеною схемою можна проводити в діахронічному і синхронічному плані. Так, С. Майнхардт [489, с. 245], проаналізувавши виступи ректорів німецьких вишів у діахронічному плані, встановила, що не всі рівні тісно взаємопов'язані. Соціальний і ситуативний рівні виявилися базовими рівнями, а між тематичним, структурним і функціональним встановлено тісний зв'язок. На темпоральному рівні виявлено такі механізми, як варіація, селекція і стабілізація, що спричинили зміни зразка цього жанру. Схематично авторка зобразила це так (див. рис. 2.4):

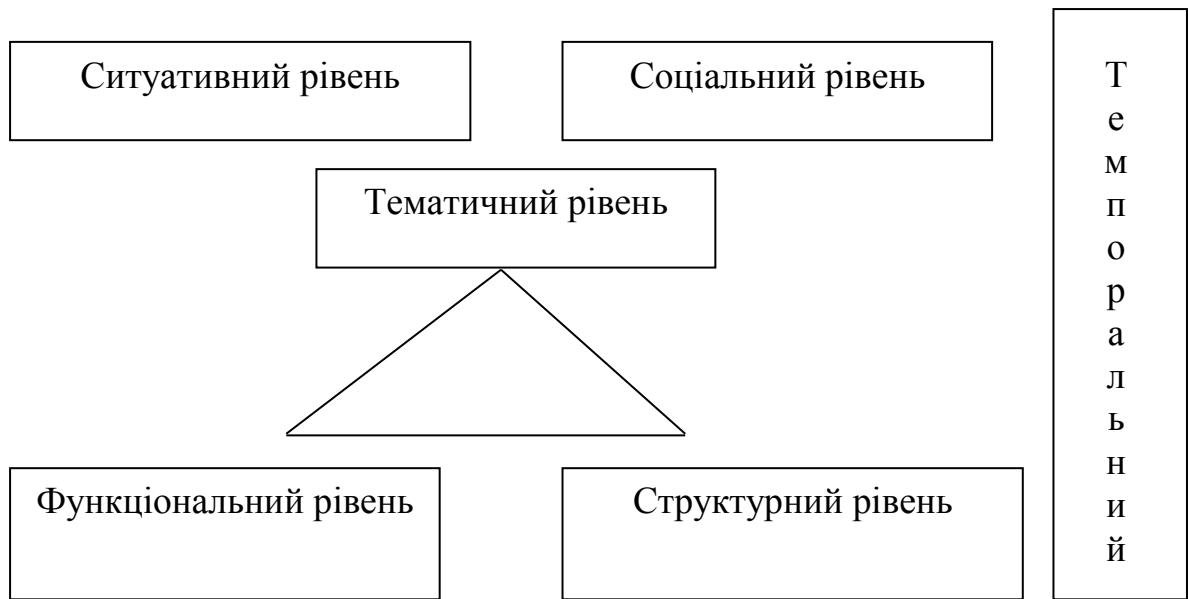


Рис. 2.4. Модифікована модель для діахронічного опису текстів [489, с. 245].

У синхронічному плані зазначену модель випробувала Д. Льофлер на матеріалі жанру "порада" в публіцистичному дискурсі. Авторка вдалася до модифікації попередньої моделі, додавши невербальний рівень і відкинувши неактуальний тут темпоральний рівень, що видно з наведеної нижче схеми (див. рис. 2.5).

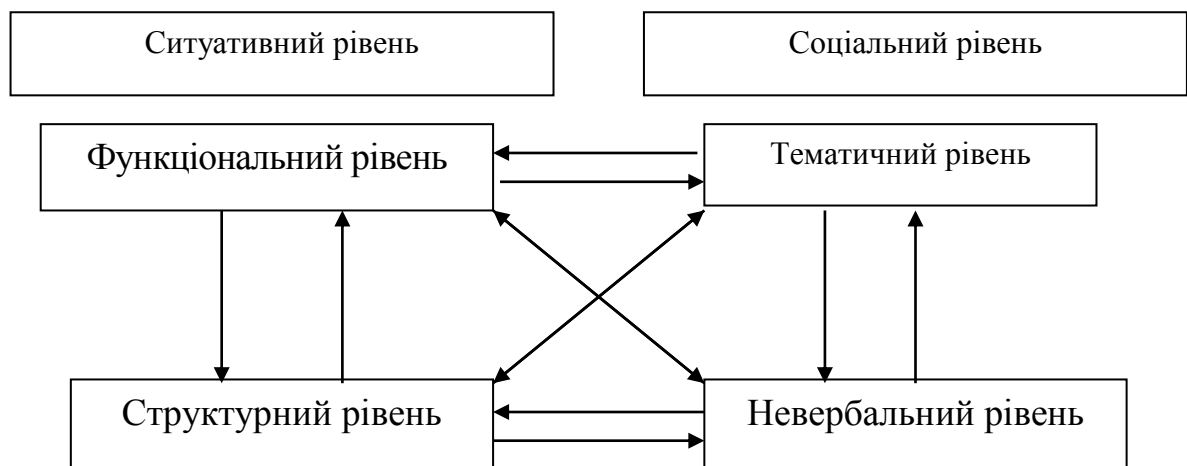


Рис. 2.5. Синхронічна модель аналізу тексту [471].

У подібному напрямі працюють науковці, які представляють так звану лінгвістику дискурсу. У 2011 році під назвою "Diskurslinguistik" вийшла праця Ю. Шпітцмюлера і І.Г. Варнке [573], де автори підсумували здобутки

німецької лінгвістики дискурсу і запропонували свою модель дослідження дискурсу, яку скорочено називають DIMEAN (нім. *Diskurslinguistische MehrEbenenANalyse*). У цій моделі автори враховують різноманітні параметри з огляду на комплексність такого складного явища, як дискурс. Аналіз складається з трьох загальних рівнів, які поділяються на підрівні. На першому рівні, який науковці назвали транстекстуальним, відбувається аналіз за такими параметрами, як інтертекстуальність, схема (фрейм / скрипт), семантичні фігури, соціальна символіка, індекси, історичність, ідеологія / ментальність, суспільні та політичні чинники. Цей рівень відповідає питанню *де?* в інших підходах. На другому рівні аналізуються інтеракційні ролі (автор, адресати), дискурсивні позиції (соціальна стратифікація, статус тощо) і медіальність (канал, форми, сфери, зразки текстів). Тут характеризуються головні актори інтеракції, що відповідає питанню *хто?* за іншими підходами. На третьому рівні – інтертекстовому – встановлюють текстові особливості (візуальна структура тексту, макроструктура, мезоструктура: теми з підтемами), проводять пропозиційний (мікроструктура) і лексемний аналіз (слова і словосполучення), що відповідає питанню *як?* Через таку узагальненість запропоновану модель можна використовувати при аналізі певного ключового слова, концепту тощо, що буде ефективнішим, ніж при аналізі певних видів текстів.

Дещо в іншому ракурсі виконують текстолінгвістичні роботи, у яких основна увага приділена аналізу інформаційної структури тексту в руслі ідей Т. ван Дейка. При цьому користуються різними теоріями, наприклад, *Quaestio*-моделлю (пор. [586; 370]). За цією моделлю, текст повинен відповідати на одне експліцитне або імпліцитне загальне питання. Залежно від виду тексту або інтенції автора питання може бути більш чи менш очевидним або ж більш чи менш абстрактним. Так, певний кулінарний рецепт відповідає на питання *Як приготувати борщ?* (пор. [493]). Такий підхід можна використовувати при аналізі окремих текстів, оскільки сам аналіз вимагає багато часу.

У дослідженнях практичного спрямування (пор. [324; 399; 593]) при описі, як правило, текстів малого формату проводять аналіз за такими кроками: 1) комунікативна ситуація; 2) функція; 3) тема; 4) структура; 5) мовне оформлення; 6) технічне оформлення.

При розгляді комунікативної ситуації основну увагу приділяють сфері застосування певного виду текстів, медіальному аспекту, адресанту й адресату. Серед функцій видів тексту виділяють апелятивну, контактну, інформаційну, вказівну, декларативну й естетичну. При цьому, як показує аналіз матеріалу, тексти можуть поєднувати декілька функцій.

Основну увагу в прикладних студіях приділяють розгляду теми (змісту) тексту, тематичній будові, можливим стратегіям побудови текстів (опис, наратив, пояснення, аргументація, наказ). При суто мовному аналізі дослідники звертають увагу на частотну лексику, синтаксис і стилістичні характеристики видів текстів. Не останню роль у подібних аналізах відіграє опис невербального боку текстів. Технічне оформлення текстів включає в себе візуальні аспекти (світлина, схема, таблиця), а також опис використаних графічних прийомів (колір, шрифт тощо).

Л. Гофман [410, с. 237], працюючи з математичними фаховими текстами, запропонував так званий кумулятивний текстовий аналіз. В основу цього аналізу покладена ідея поетапного розгляду текстів від макроструктур, засобів текстуалізації, синтаксису і лексики до морфем. Позитивним моментом можна вважати те, що цей метод встановлює загальні рамки дослідження. До основних недоліків такого детального та всебічного аналізу можна віднести великі затрати часу. Крім цього, зазначений метод розрахований на конкретні екземпляри текстів. Тому постає інша проблема – репрезентативність корпусу.

Безпосередньо цій проблематиці присвячена стаття Р. Арнтца [286], де пропонується спочатку аналізувати текстові вибірки двох мов окремо. На думку автора, при широкому виборі та достатньо великій кількості текстів можна спочатку створити прототипи в досліджуваних мовах, які потім зіставляти на наступному етапі аналізу.

У цьому методі не знімається питання про кількість прикладів для утворення типового представника певного виду тексту. Вихід із цього Р. Арнтц вбачає в характеристиках самих текстів: чим більше стандартизовані тексти, тим менше потрібно екземплярів для створення прототипу. Наприклад, для таких видів тексту, як *замітка, некролог, рецепт, прогноз погоди* тощо вистачає невеликої кількості прикладів (пор. [274; 360]). Як допоміжний об'єктивний метод тут можна використовувати статистичні прийоми, які допомагають встановити коефіцієнт репрезентативності (див. [154; 187; 553]).

При контрастивному аналізі необхідно, щоб зіставлені види текстів виконували подібну комунікативну і функціональну роль в аналізованих мовах (пор. [Schmitt 1995]), оскільки не завжди тексти з подібною назвою в різних етнолінгвістичних середовищах виконують аналогічну функцію. Так, Е.М. Екрамер [351], досліджуючи вкладки до медикаментів у німецькій та португальській мовах, дійшла висновку, що цей вид текстів в обох лінгвокультурах виконує різні функції. Якщо в німецькому дискурсі цей жанр призначений для пацієнта, то в португальському – для лікаря.

В.-Д. Краузе [450] при контрастивному текстовому аналізі розрізняє структурний і формулятивний аспекти зіставлення. Структурний аспект передбачає порівняння архітекtonіки і композиції тексту. Архітекtonіка тлумачиться автором як зовнішня побудова тексту, яка виражається у поділі на заголовки, абзаци, нумерацію, графічні сигнали тощо. Хоча архітекtonіка і виступає як другорядна по відношенню до композиції тексту, проте її варто брати до уваги, оскільки це може бути одним із моментів міжмовного текстового контрасту. Як приклад різних архітекtonік автор наводить структуру подання адресування в російських і німецьких листах. В українській мові архітекtonіка адресування в листах була змінена "директивно" за "західноєвропейським зразком" наприкінці ХХ століття.

Композиція тексту розуміється В.-Д. Краузе як змістовна, внутрішня організація, структура змісту тексту, яку можна отримати різними методами,

наприклад, макроправилами Т. ван Дейка. При аналізі композиції тексту автор виділяє такі три аспекти:

- 1) структура зв'язків актів мовленнєвої комунікації;
- 2) тематичне розгортання семантичного наповнення тексту;
- 3) комбіноване, коли порівнюються два попередні аспекти.

Залежно від виду тексту, його специфіки слід вибирати той чи інший метод аналізу [450, с. 65].

Формулятивний аспект порівняння за В.-Д. Краузе включає в себе мовну характеристику текстів, насамперед, традиційний стилістичний аналіз. При цьому орієнтуються на встановлення стилістичних особливостей того чи іншого виду тексту в різних мовах (пор. [274, с. 108; 368, с. 35; 25; 138]).

Незважаючи на певні досягнення у компаративних текстових дослідженнях можна погодитися з думкою К. Адамцік [274, с. 116] про те, що складності при класифікації текстів, при визначенні суттєвих властивостей текстів, а також проблема репрезентативності корпусу дає підстави говорити про необхідність вироблення нових методичних підходів при порівнянні текстів.

2.2.1 Статистичні методи дослідження. Для більш об'єктивного висвітлення отриманих результатів контрастивного дослідження у роботі залучені деякі статистичні прийоми. Їх застосування в лінгвістиці детально розглянуто в працях В.В. Левицького [153; 154], В.І. Перебийніс [187] (пор. також [553]).

У роботі використовуються декілька видів статистичного аналізу. Найбільш поширений з них – кореляційний аналіз, що дозволяє встановити ступінь і характер зв'язку між досліджуваними явищами. Лінійна кореляція між ознаками передбачає, що при зростанні значень однієї ознаки зростають чи спадають у певному порядку значення іншої ознаки. Кореляція може бути позитивною (при прямо пропорційному зростанні обох ознак) або негативною (при обернено пропорційній зміні). Величина коефіцієнта кореляції

коливається в межах від -1 до +1. Чим більша залежність існує між ознаками, тим більше величина коефіцієнта кореляції буде наближатися до 1, і навпаки, при відсутності статистичної залежності величина коефіцієнта кореляції буде близькою до нуля чи дорівнюватиме нулю. Існує декілька формул для обчислення коефіцієнта кореляції. Найбільш розповсюдженою є така:

$$r = \frac{\sum (x_i - x)(y_i - y)}{\sqrt{\sum (x_i - x)^2 \sum (y_i - y)^2}}, \quad (2.1)$$

де r – коефіцієнт лінійної кореляції,

Σ – сума отриманих у результаті тієї чи іншої операції величин,

x_i – значення першої ознаки,

y_i – значення другої ознаки,

x – середня (теоретична) величина значень першої ознаки,

y – середня величина для другої ознаки [187, с. 110].

Для того, щоб визначити ступінь надійності отриманого коефіцієнта кореляції, потрібно знати ще дві величини: рівень значущості та число ступенів свободи. Рівень значущості – це величина, що доповнює коефіцієнт надійності до 1. Надійною вважають, як правило, вірогідність 95 %, при якій рівень значущості $P = 0,05$. Число ступенів свободи d_f – це кількість незалежних величин, що беруть участь в утворенні того чи іншого параметра. Величина визначається за формулою:

$$d_f = n - 2, \quad (2.2)$$

де n – кількість пар, які корелюють.

Ступінь надійності визначають за даними спеціальних таблиць, у яких певним величинам коефіцієнта кореляції відповідають при певних ступенях свободи d_f ті чи інші рівні значущості P .

Ще одним поширеним методом перевірки статистичних гіпотез є критерій χ^2 (хі-квадрат). За його допомогою можна визначити наявність відповідностей / розходжень між розподілами частот спостережуваних величин. Критерій χ^2 можна вирахувати за формулою:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}, \quad (2.3)$$

де O – фактично спостережувані величини,

E – теоретично очікувані [54, с. 94].

Сума χ^2 тим вища, чим більше емпіричні величини відхиляються від теоретичних. Для інтерпретації отриманого результату необхідно встановити значущість отриманої суми χ^2 . Число ступенів свободи d_f для багатопільних таблиць визначається за формулою:

$$d_f = (r - 1)(c - 1), \quad (2.4)$$

де r – кількість рядків у таблиці,

c – кількість стовпчиків.

Критичні значення сум χ^2 при певних ступенях свободи подаються в спеціальних таблицях [187, с. 154]. Коли отримані величини сум χ^2 при певних ступенях свободи перевищують критичні, то в статистиці відхиляють так звану нульову гіпотезу.

У статистичних дослідженнях зручно подавати дані для аналізу у вигляді так званого альтернативного розподілу, тобто у вигляді чотиріпільних таблиць, утворених двома рядками і двома стовпчиками. Такі таблиці можуть бути складені шляхом об'єднання рядків і стовпчиків у багатопільній таблиці. Сума χ^2 для альтернативних таблиць розраховується за формулою:

$$\chi^2 = \frac{(ad - bc)^2 N}{(a + c)(b + d)(a + b)(c + d)}, \quad (2.5)$$

де a, b, c і d – емпіричні величини в чотиріпільних таблицях,

N – загальна кількість спостережень.

Сума χ^2 дозволяє встановити лише наявність/відсутність зв'язку між досліджуваними величинами, а не його міру. Остання визначається за допомогою коефіцієнта взаємної спряженості Чупрова K для багатопільних таблиць за формулою:

$$K = \sqrt{\frac{\chi^2}{N\sqrt{(r-1)(c-1)}}}, \quad (2.6)$$

де N – загальна кількість спостережень,

r – кількість рядків у таблиці,

c – кількість стовпчиків.

Для альтернативних таблиць ця формула набуває вигляду:

$$K = \sqrt{\frac{\chi^2}{N}}. \quad (2.7)$$

Величини коефіцієнта взаємної спряженості можуть отримувати значення від 0 до 1, а значущість встановлюють за величиною χ^2 [154, с. 156–160].

2.2.2 Метод моделювання. Моделювання є одним з ефективних методів сучасного лінгвістичного аналізу текстів, особливо при встановленні їх структурної організації. Адже тексти є результатами мисленнєвої діяльності людини і можуть піддаватися прямому спостереженню дослідника. Це дозволяє встановити і наочно зобразити особливості подачі інформації в різних типах текстів (жанрах) як писемно фіксованих комунікативних ситуаціях (дет. про моделювання див. [4, с. 78–79; 25, с. 420–433]).

Досягнення в моделюванні мовленнєвої діяльності людини є досить значними: модель мовного знака за К. Бюлером, яка стала першою комунікативною моделлю; семіотичний трикутник Г. Фреге, К. Огдена та А. Ричардса, а також його різноманітні варіанти, розроблені Дж. Лайонзом, Ст. Ульманом, В. Звєгінцевим та іншими; контактнo-релейна технічна схема передавання інформації В. Вівера та К. Шеннона; моделі трансформаційного й дистрибутивного аналізу З. Харриса; багаторівнева модель "Смисл↔Текст" І. Мельчука; лексикографічна модель Ю. Апресяна та багато інших (дет. див. [219, с. 466-467]). Наразі цей метод набув поширення в різних дослідницьких царинах: комп'ютерна лінгвістика, когнітивна психологія, дискурсологія, лінгвоконцептологія тощо.

Загальнонауковий метод моделювання ми застосовуємо у світлі фрактального підходу, який полягає в процедурі виявлення фрактального принципу будови досліджуваних лінгвістичних об'єктів – медіатекстів. Під моделлю розуміють зазвичай конструкцію, структуру, зразок будови певного об'єкта або ділянки дійсності [80, с. 20], абстрактний формалізований та ідеалізований знаковий образ спрощеного відтворення певного об'єкта, штучно створеного дослідником із метою вивчення ознак, складників цього об'єкта, способів його існування й функціонування [219, с. 467].

Основними вимогами до побудови моделі, за автором теорії лінгвістичного автомата як універсальної комп'ютерної моделі оброблення текстової інформації Р.Г. Піотровським, є: 1) бути спрощеним аналогом, але не копією оригіналу; 2) не бути складнішим за оригінал; 3) бути вільною від суперечностей, вичерпною і гранично простою; 4) мати універсальний характер; 5) мати пояснювальну силу; 6) мати евристичні властивості [190, с. 25–26].

Є.А. Карпіловська виокремлює такі лінгвістичні моделі за типом моделювання залежно від об'єкту: 1) статичні / таксономічні при вибудові структури оригінала; 2) динамічні / функціональні при моделюванні функціонування оригінала; 3) мовні при моделюванні мовної системи; 4) мовленнєві при моделюванні мовленнєвої діяльності; 5) індуктивні при аналізі оригінала; 6) індуктивні при синтезі оригінала; 7) гіпотетичні при моделюванні нового знання про оригінал; 8) відтворювальні при моделюванні нових об'єктів із заданими властивостями [80, с. 21].

У процесі фрактального моделювання медіатекстів до уваги ми брали інформаційну структуру текстів та їх оформлення, оскільки вважаємо, що в медіатексті як складному семіотичному утворенні необхідно враховувати як вербальну, так і невербальну складові. Адже адресант свідомо вибудовує інформаційну структуру медіатексту і вдається при цьому до технічного виокремлення певних складових тексту, щоб сфокусувати на них увагу

адресата. Це, на нашу думку, зумовлено ситуативним фактором функціонування медіатекстів у сучасному інформаційному просторі.

Фрактальне моделювання має кілька етапів. На першому етапі відбувається збір даних про досліджувані медіатексти. При цьому ми поєднуємо дедуктивний і індуктивний методи. На другому етапі розробляємо фрактальну модель досліджуваних медіатекстів. На третьому – переносимо знання із моделі на оригінал, формуємо та розширяємо відповідний обсяг знань. На четвертому етапі здійснюємо перевірку отриманих знань із метою побудови узагальненої теорії об'єкта.

2.2.3 Методика дослідження. При аналізі медійних текстів як результатів комунікативної діяльності журналістів у мас-медійному зовнішньополітичному і синоптичному дискурсі враховуємо різноаспектність об'єкта дослідження. З огляду на це використовуємо інтегративний підхід, при якому намагаємося раціонально поєднати різні дослідницькі методи, що доповнюють один одного. В основу зіставного аналізу покладені багаторівневі моделі опису [277; 307; 373; 399 тощо], холістичну модель опису видів текстів К. фон Лаге-Мюллер [455], що зарекомендувала себе в синхронічних і діахронічних дослідженнях текстів малих форм, а також статистичні прийоми для об'єктивізації результатів.

Методологія студії передбачає декілька етапів аналізу.

На першому етапі дослідження на основі застосування *текстотипологічного аналізу* ідентифіковано та систематизовано зовнішньополітичні та синоптичні медіатексти у німецькій й українській мовах на матеріалі сучасних німецьких і українських газет (2002–2015 рр.). Для визначення статусу медіатекстів та їх значимості в соціокультурному контексті було залучено *контекстуально-інтерпретаційний аналіз*. Основна увага при цьому скерована на такі критерії: 1) функціональний, де залежно від домінуючої інтенції можна виокремити інформаційні, аналітичні та інші типи текстів; 2) ситуативний, де враховано вид комунікації (писемний, усний), кількість

комунікантів (один, два, багато), соціальну установу (мас-медіа, політика), умови комунікації; 3) структурний, де взято до уваги макро- і мікроструктурну будову з фрактальної перспективи; 4) вербальний, де розглянуто якісні ознаки жанрів (семантику, синтактику, прагматику); 5) невербальний, де в центрі уваги перебуває оформлення, дизайн текстів як один із способів оптимізації передачі інформації.

Другий етап студії передбачав дедуктивне обрання та теоретичне обґрунтування поняття *tertium comparationis* (*t. c.*), яке при зіставному аналізі має метамовний характер і виступає певним ідеальним типом, змодельованим інструментом порівняння. За *t.c.* ми обираємо фрактальну модель будови ситуативно паралельних інформаційно-аналітичних медіатекстів у німецькому й українському зовнішньополітичному і синоптичному медіадискурсах. Доцільність використання фрактальної моделі як основи зіставлення зумовлена універсальністю фрактального принципу будови об'єктів дійсності. Фрактальну модель медіатекстів розуміємо як теоретичний конструкт, що унаочнює розгортання теми в медіатекстах через початковий (α), проміжний (φ) і основний (ω) блоки, в основі якого лежить їх різномасштабна рекурсивна структурна самоподібність.

На третьому етапі дослідження *методом моделювання* відбувається абстрактне формалізоване та ідеалізоване унаочнення фрактальної структури інваріанта і варіантів ситуативно паралельних медіатекстів у сучасному німецькому й українському медіадискурсах. Модель трактуємо як зразок будови певного лінгвістичного об'єкта, абстрактний формалізований та ідеалізований знаковий образ спрощеного відтворення певного об'єкта, штучно створений дослідником із метою вивчення ознак, складників цього об'єкта, способів його існування й функціонування (Ю.Д. Апресян, Є.А. Карпіловська, Н.Ф. Клименко, О.Ф. Лосєв, В.С. Перебийніс, І.Й. Ревзін, О.О. Селіванова).

На четвертому етапі для статистичного аналізу опрацьовано від 100 (синоптичні повідомлення, інтерв'ю) до 300 (замітка, інформаційна стаття, кореспонденція, коментар) екземплярів досліджуваних медіатекстів у кожній

медіапрактиці. Паралельні тексти відібрано в одному часовому зрізі, який не впливає на загальні макро- і мікроструктурні характеристики жанрів, проте, може впливати на лексичне наповнення, наприклад, у синоптичних повідомленнях залежно від пори року вживається різна лексика.

У ході зіставного дослідження для виявлення закономірностей розподілу медіатекстів, граматичних категорій, синтаксичних конструкцій були задіяні деякі статистичні прийоми: *критерій хі-квадрат* – для визначення відповідностей / розбіжностей між німецькими й українськими текстами зовнішньополітичної тематики різних медіажанрів, а також між вживанням власних назв та дієслівних часових форм у зіставлених медіажанрах; *коефіцієнт взаємної спряженості Чупрова K* – для обчислення зв'язку між отриманими величинами хі-квадрат; *кореляційний аналіз* – для встановлення ступеня (від 0 до 1) і характеру зв'язку (позитивний чи негативний) між розподілами синтаксичних конструкцій та груп онімів у досліджуваних медіатекстах; *статистична програма TextStat 2* – для вимірювання частоти вживання тематичних лексем у німецьких і українських текстах-інтерв'ю.

На п'ятому етапі відбувається зіставлення реконструйованих фрактальних моделей інформаційно-аналітичних медіатекстів в обох медіапрактиках, їх якісний і кількісний опис із залученням отриманих статистичних даних для верифікації висновків. При комплексному встановленні мовних і позамовних особливостей зіставлених медіатекстів був залучений *багаторівневий текстовий аналіз*. Для представлення окремо взятої події у двох мовно-культурних середовищах використано елементи *дискурс-аналізу*. Для порівняння таких мовних категорій, як референційність, евіденційність та темпоральність, застосовано *компонентний аналіз* – для виявлення семантичної структури евіденційних маркерів у німецьких та українських медіатекстах, а також семантичної таксономії референтів; *дистрибутивний* – для встановлення сполучувальних потенцій антропонімів з іншими лексичними компонентами в німецьких і українських медіатекстах; *трансформаційний* – для аналізу евіденційних синтаксичних моделей у німецькій мові.

2.3 Німецький й український зовнішньополітичні дискурси: жанровий аспект

Мета цього підрозділу – виявити жанрові особливості в німецькому і українському зовнішньополітичних газетних дискурсах. Матеріалом дослідження послуговували провідні щоденні газети німецького й українського мовнокультурних просторів: *Berliner Zeitung* і *День*. Суцільну вибірку зовнішньополітичних статей здійснено упродовж листопада 2011 року з рубрик *Politik* і *День Планети*. Загальна кількість німецьких текстів склала 218 у 26 накладках німецької газети, яка виходить шість разів на тиждень (суботній і недільний номери спарені). Кількість українських текстів склала 107 у 18 накладках української газети, яка виходить чотири рази на тиждень (п'ятничний і суботній номери спарені). Така розбіжність зумовлена, насамперед, об'єктивними причинами української медійної дійсності. Серед україномовних щоденних газет обрано *День* як провідне щоденне всеукраїнське видання. Інші видання або регіональні, або локальні, або ж російськомовні і друкуються з меншою періодичністю. Обмежившись газетою *День*, ми спробували знайти рівноцінну в німецькомовному лінгвальному просторі і зупинилися на *Berliner Zeitung*, яка виходить у столиці Німеччини і вважається однією з провідних німецькомовних друкованих видань. Інші загальнонімецькі видання, як-от: *FAZ*, *die Welt*, *Süddeutsche Zeitung* значно перевищують зіставлені газети за редакційним штатом, накладом і кількістю сторінок у номері, через що кількісна різниця була би ще значимішою.

Основними газетними жанрами, що трапляються в зовнішньополітичній інформаційній царині, є замітки, інформаційні статті, кореспонденції, коментарі й інтерв'ю. При виділенні цих медіатекстів ми орієнтуємося на загальновідомі класифікації газетно-публіцистичних текстів за Г. Люгером [474], Г. Бургером [315] та іншими науковцями [242; 611]. Якщо для коментарів і інтерв'ю використовують експліцитні маркери, то замітку,

інформаційну статтю, кореспонденцію розрізняють переважно за їх обсягом, як це прийнято в німецькомовній журналістиці [611, с. 25].

Спробуємо з'ясувати, які медіатексти домінують у німецькій і українській медіапрактиках і чим це зумовлено. У результаті аналізу отримано дані, які для наочності наведені в таблиці 2.2 (див. табл. 2.2). Згідно з цими даними, можна констатувати певні особливості використання окремих жанрів у німецькому й українському зовнішньополітичних газетних дискурсах. Це підтверджує також коефіцієнт лінійної кореляції, який дорівнює 0,56. При повній відповідності між розподілами медіатекстів в обох вибірках коефіцієнт лінійної кореляції мав би дорівнювати 1, в протилежному випадку цей показник склав би нуль. Отриманий показник характеризують як помірний, що свідчить про істотний зв'язок між обома розподілами, але в кожному медійному дискурсі є свої особливості.

Таблиця 2.2

Жанровий розподіл у німецькому й українському медіадискурсах

Жанр \ Мова	Німецька		Українська	
	%	Абсолютні	%	абсолютні
Замітка	34,9	76	71	76
Інформаційна стаття	8,3	18	4,7	5
Кореспонденція	39,9	87	12,2	13
Коментар	15,1	33	3,7	4
Інтерв'ю	1,8	4	8,4	9

У німецькому зовнішньополітичному дискурсі відчутно домінують два види медіатекстів: кореспонденція (39,9 %) і замітка (34,9 %). Якщо короткі повідомлення мають фіксоване місце зліва на шпальті під заголовком *Nachrichten*, то кореспонденції як найбільші інформаційні медіатексти розташовують щоразу по-різному, залежно від важливості і кількості статей в номері.

Далі за спадом йдуть коментарі (15,1 %). Вони мають постійне місце в німецьких газетах: так, у *Berliner Zeitung* це ліва колонка четвертої сторінки під спільним надзаголовком *Kommentare*. Друковані медіавидання переважно наводять коментарі з внутрішньо- і зовнішньополітичної тематики разом.

Рідше трапляються в німецькому зовнішньополітичному дискурсі інформаційні статті (8,3 %), які займають проміжну ланку між заміткою і кореспонденцією. Одним з можливих формальних пояснень цього є те, що кореспонденції як важливі публікації займають найбільше площі сторінки, замітки розміщують традиційно колонками по краях шпальти, а решта місця залишається для інформаційних статей, де редактори за потреби можуть скорочувати новинний текст завдяки їх композиційній будові.

Найменш уживаним медіатекстом у проаналізованому дискурсі виявилось інтерв'ю, яке зафіксовано лише у 1,8 % вибірки. Однією з причин такої низької частоти інтерв'ю може бути те, що для підготовки цього виду медіатекстів потрібно затратити значно більше часу, ніж для інформаційного чи аналітичного.

Аналіз розподілу медіатекстів за допомогою коефіцієнта хі-квадрат і коефіцієнта взаємної спряженості Чупрова дозволив встановити у німецькому зовнішньополітичному дискурсі статистично значущі результати для кореспонденцій і коментарів (див. табл. 2.3). Якщо хі-квадрат фіксує наявність зв'язку між двома показниками, то коефіцієнт взаємної спряженості Чупрова вказує на їх величину. Для німецьких кореспонденцій χ^2 склав 25,96 при $K = 0,28$, а для коментарів – $\chi^2 = 9,24$ при $K = 0,17$.

В українському зовнішньополітичному дискурсі спостерігаємо дещо іншу тенденцію використання медіатекстів. Панівним жанром тут виявилася замітка (71 %), яка має і статистично значущий показник: $\chi^2 = 37,71$ при $K = 0,34$. Короткі повідомлення мають своє постійне місце справа на шпальті під спільною назвою "Коротко / Планета". Варто зазначити, що українські замітки за обсягом інформації наближаються до німецьких інформаційних статей.

Таблиця 2.3

Статистичні параметри жанрового розподілу в німецькому й українському зовнішньополітичних дискурсах

Жанр \ Мова	Німецька	Українська
Замітка	—	$\chi^2 = 37,71$, $K = 0,34$
Інформаційна стаття	—	—
Кореспонденція	$\chi^2 = 25,96$, $K = 0,28$	—
Коментар	$\chi^2 = 9,24$, $K = 0,17$	—
Інтерв'ю	—	$\chi^2 = 8,08$, $K = 0,16$

Далі слідує за частотою використання кореспонденції (12,2 %) й інтерв'ю (8,4 %). Незначна кількість українських кореспонденцій порівняно з німецьким медіадискурсом зумовлена, мабуть, невеликим штатним складом редакції газети. Для усунення інформаційного вакууму в царині міжнародної політики українське видання вдається до частого використання розгорнутих заміток. У той же час в українському газетному дискурсі, на відміну від німецького, досить активно використовують жанр інтерв'ю, про що свідчать відповідні статистичні показники: χ^2 -квадрат дорівнює 8,08 і коефіцієнт взаємної спряженості Чупрова становить 0,16. Для українських інтерв'ю, на відміну від німецьких, характерні також більший обсяг і ознаки книжного стилю.

На четвертому місці за частотою використання в українському корпусі розташовані інформаційні статті (4,7 %). Цей вид медіатекстів, як і в німецькому корпусі, не є поширеним. Причиною цього, на нашу думку, є його проміжне положення між заміткою і кореспонденцією.

Найменш частотним жанром українського зовнішньополітичного дискурсу виявився коментар (3,7 %). Особливістю українського газетного дискурсу можна вважати відсутність виключно журналістських коментарів, як

це прийнято в західноєвропейській пресі. Зафіксовані у вибірці коментарі належать до так званих фахових коментарів, які журналісти наводять після статей, опитуючи компетентних респондентів. Певною компенсацію відсутності виключно журналістських коментарів в українському дискурсі можна розглядати часте використання в статтях суб'єктивних думок журналістів, що не характерно для німецької преси, де кореспонденція – це переважно об'єктивне висвітлення певної події, явища, проблеми тощо.

Отже, можна зазначити, що в німецькому й українському зовнішньополітичних газетних дискурсах спостерігаються певні особливості використання медіатекстів. При однаковому жанровому наборі в досліджуваному дискурсі український медійний простір надає перевагу заміткам і інтерв'ю, а німецький – кореспонденціям і коментарям. Одна з причин такої жанрової розбіжності криється в екстралінгвальних чинниках.

Висновки до розділу 2

1. Матеріалом контрастивної студії слугують частотні медіатексти в сучасних німецьких і українських друкованих виданнях за 2002–2015 роки. У ролі *tertium comparationis* виступає фрактальна модель паралельних медіатекстів зовнішньополітичної та метеорологічної тематики.

2. При дослідженні медіатекстів залучаємо мовні (вербальні) та позамовні (невербальні) критерії, які зводяться до чотирьох основних питань: Для чого цей текст написано? (функція), Де він використовується? (ситуація), Яка його будова? (структура) і Як він оформлений? (вербальні та невербальні засоби).

3. При аналізі медіатексту як результату комунікативної діяльності журналістів у мас-медійному зовнішньополітичному і синоптичному дискурсі враховується різноаспектність об'єкта дослідження. Через це в роботі використано комплексний підхід, коли максимально раціонально поєднуються

взаємодоповнювальні дослідницькі напрями. В основу зіставного аналізу покладені багаторівневі моделі холістичного текстового опису.

4. У дослідженні увага скерована на функціональний, ситуативний, структурний, вербальний і невербальний рівні.

5. Дослідження проходить у декілька етапів, які полягають в укладанні корпусу текстів, конструюванні фрактальних моделей інваріантно-варіантних структур досліджуваних медіатекстів, їх кількісному й якісному аналізу, встановленні характерних вербальних і невербальних особливостей зіставляваних медійних текстів.

6. Для об'єктивного висвітлення отриманих результатів контрастивного дослідження у роботі використано певні статистичні прийоми, зокрема, кореляційний аналіз, критерій хі-квадрат і коефіцієнт взаємної спряженості Чупрова. Для статистичного аналізу взято не менше 100 текстів певного жанру, відібраних методом суцільної вибірки в одному часовому зрізі.

7. У німецькому й українському зовнішньополітичних газетних дискурсах спостерігаються певні особливості використання медіатекстів. При однаковому жанровому наборі в обох дискурсах український медійний простір надає перевагу заміткам і інтерв'ю, а німецький – кореспонденціям і коментарям. Одна з причин такої жанрової розбіжності криється в екстралінгвальних чинниках, а саме: економічних реаліях газетної діяльності в Україні.

Основні результати цього розділу висвітлено в публікаціях автора [82; 100; 104; 114; 115].

РОЗДІЛ 3

ФРАКТАЛЬНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ІНВАРІАНТНО-ВАРІАНТНОЇ СТРУКТУРИ НІМЕЦЬКИХ Й УКРАЇНСЬКИХ МЕДІАТЕКСТІВ

3.1 Фрактальні моделі інваріантних структур німецьких і українських медіажанрів

У результаті аналізу німецьких і українських медіапрактик змодельована фрактальна модель медіатексту. Вона містить початковий (α), проміжний (φ) і завершальний (ω) фрактали як різномасштабні самоподібні інформаційні структури, виражені вербальними та невербальними знаками, які мають дати відповідь адресату на базові інформаційні питання ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ, ЧОМУ, ЯК (див. рис. 1.6).

Запропонована модель узгоджується з текстосиметричною ідеєю Г.Г. Москальчук, О.Ю. Корбут (дет. див. [175]) та інших про три пропорційно інваріантні фази текстової будови (початкова зона, зона гармонійного центру і кінця), виявлених на основі аналізу лексичних повторів у різножанрових текстах. В основі нашого підходу, на відміну від згаданих науковців, лежить така визначальна для мас-медіа ознака, як важливість, актуальність, релевантність інформації (нім. *Gewichtung*). Адресанти враховують цю особливість при структуруванні й оформленні медіатекстів і тому вдаються до експліцитного акцентування уваги адресатів різноманітним типографічним текстовим дизайном, коли певним чином виокремлюються складники тексту як комплексного семіотичного утворення. У такий спосіб відбувається вплив на адресата (маніпуляція) при сприйнятті новин, адже у сучасному високотехнологічному суспільстві адресати не сприймають інформацію лінійно, а схильні радше до нелінійної рецепції інформації, що зумовлено психофізіологічними особливостями людини як біологічної істоти.

У результаті фрактального моделювання інформаційного, інформаційно-аналітичного й аналітичного медіажанрів в обох мовах сконструйовано три інваріанти (див. рис. 3.1–3.3).

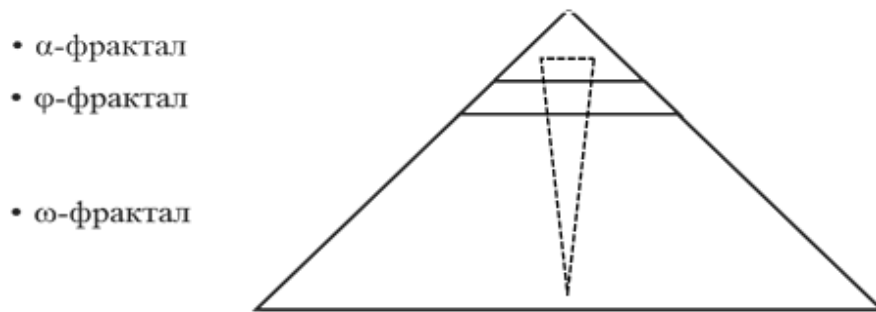


Рис. 3.1 Інваріант інформаційного медіажанру

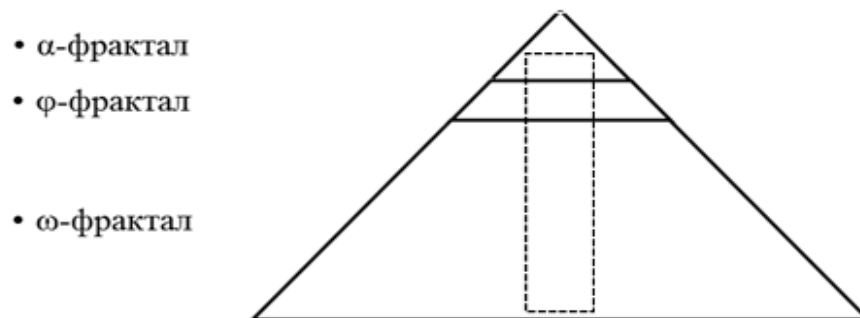


Рис. 3.2 Інваріант інформаційно-аналітичного жанру

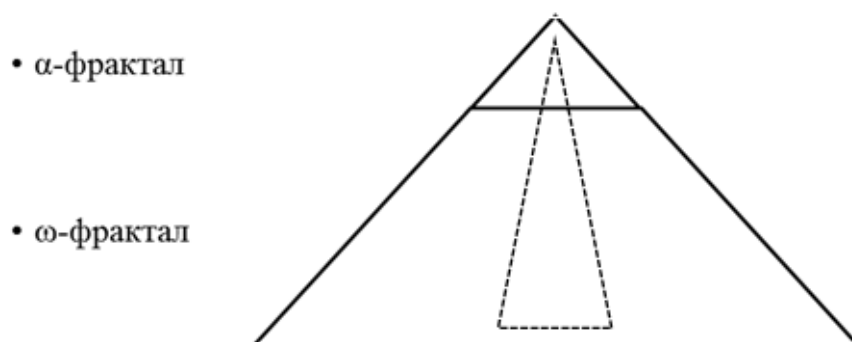


Рис. 3.3 Інваріант аналітичного жанру

В інформаційному інваріанті виокремлюємо три фрактали, в яких новина подається за принципом оберненої піраміди, тобто найважливіше йде на початок тексту (рис. 3.1). В інформаційно-аналітичному інваріанті простежуємо наявність трьох фракталів, де інформація наводиться відносно рівномірно при її найбільшій конденсованості у початковому та дещо меншій в

проміжному фракталах (рис. 3.2). В інваріанті аналітичного медіажанру новина розгортається у двофрактальній моделі, коли найважливіше згадується в кінці тексту (рис. 3.3).

У досліджуваних тематичних царинах обох мов інформаційний інваріант представлений такими варіантами, як замітка, інформаційна стаття, кореспонденція, синоптичне повідомлення; аналітичний – коментарем, а інформаційно-аналітичний – інтерв'ю.

Проаналізуємо зазначені варіанти ситуативно паралельних медіатекстів у сучасній німецькій і українській мовах у зовнішньополітичній і синоптичній царинах.

3.2 Німецька й українська замітки

Замітка (коротке повідомлення) вважається одним з найстаріших, найуніверсальніших і водночас найскладніших медіатекстів. Типологічно цей медіатекст відносять до інформаційного класу медійних текстів. У німецькій фаховій літературі за ним закріпилася назва нім. *Meldung* або *kurze Nachricht*.

Під заміткою розуміють найоперативнішу і найпростішу усталену форму повідомлення у ЗМІ про об'єктивно наявні події, факти, явища реального життя з метою найелементарнішого пізнання навколишнього світу [68, с. 170]. Замітка стисло відповідає на питання: *хто, що, де, коли, чому, як* (дет. [222; 315; 474; 559; 583]).

Медіатекст "замітка" був об'єктом різнопланових досліджень в інтралінгвальному [306; 479; 483; 531; 555] та інтерлінгвальному аспектах [5; 321; 441]. Так, М. Маршал перевіряв квантитативні закономірності вживання часових форм у різних жанрах, зокрема і в інформаційних текстах малої форми. Автор проаналізував коротке повідомлення й інформаційну статтю на матеріалі 600 текстів з швейцарської *Zürcher Tages-Anzeiger* і вибірки німецьких газет ФРН за 19.02.88 – 2.11.88 рр. М. Маршал дійшов висновку, що дієслівні часові форми в головних реченнях інформаційних текстів

розподіляються за певним принципом: *Perfekt* / *Präsens* у першому реченні ввідного абзацу, *Präteritum* / *Plusquamperfekt* – у наступних абзацах, *Präsens* і *Perfekt* – в останньому. За М. Маршалом, вони виконують функцію структурування тексту. У головних реченнях однієї теми використовують одну часову форму. У підрядних реченнях цього не простежується. Часові форми, на думку автора, грають важливу роль при маркуванні структури тексту та зміні теми. Так, складні часові форми *Perfekt* і *Plusquamperfekt* він називає своєрідними тематичними фіксаторами, а форми *Präsens* і *Präteritum* використовують при розгортанні однієї теми. Разом з тим, М. Маршал не виявив залежності між видом тексту (жанром) і вживанням часових форм, що заперечує своїм дослідженням М. Геніг [407, с. 75].

Подібну розвідку провела М. Майорін, яка кількісно проаналізувала короткі повідомлення на матеріалі газети FAZ за два місяці (218 текстів) у рубриці "Deutschland und die Welt" і запропонувала таку модель замітки: WAS, WAS / WER, WO, WARUM / WAR (WER) / WAR (WAS). Середня довжина замітки в цій газеті склала 68,5 слів. Авторка звернула увагу також на вживання часових форм і типи речень у замітках. У першому реченні замітки вживається *Perfekt* (87 %) і при цьому 76 % речень є простими за синтаксичною будовою. У другому реченні переважає *Präteritum* (66 %) і в 64 % воно є складним. Третє речення виражене в 50 % часовою формою *Präteritum*, і в 55 % воно є простим. Четверте речення у 44 % представлене *Präteritum*, і в 65 % це просте речення [479].

З погляду прагмалінгвістики замітку як один з видів інформаційного медіажанру розглядає в своїй монографії Т. Шредер [555]. Автор звертає увагу на тематичне розгортання в замітках і виокремлює кілька підвидів заміток (детальніше див. далі).

В інтерлінгвальній студії Х. Коваки [441] основна увага сфокусована на трансформації агентурної новини в німецьких і фінських газетах. Авторка проаналізувала 43 замітки двох німецьких (*FAZ*, *taz*) і двох фінських газет і дійшла висновку, що одна міжнародна новина подається в зазначених газетах

часом зовсім по-різному. Інша дослідниця М. Карлссон на матеріалі німецько- і шведськомовної преси статистично проаналізувала вербальні та номінативні конструкції в інформаційних жанрах різних рубрик [321].

У нашій студії йдеться про контрастивний аналіз паралельних текстів у розумінні В. Шпільнера [568], Г. Ленка [464] та Г. Люгера [476, с. 58]. Під паралельними замітками розуміємо тексти, які з'являються відносно одночасно за подібних умов незалежно один від одного з подібної тематики і які виконують однакову комунікативну функцію в інформаційному просторі певної мовної спільноти.

Матеріалом дослідження слугували замітки зовнішньополітичної тематики обох медіакультур упродовж 2002–2015 рр. Для квантитативного аналізу використано вибірку з щоденних газет *Berliner Zeitung* і *День* по 300 екземплярів у кожній медіапрактиці. Варто зазначити, що за місяць у німецькому виданні трапляються усереднено 103 замітки, а в українському – 58 текстів. Така кількісна розбіжність – майже удвічі – свідчить про той факт, що українські друковані видання значно менше подають інформацію в цій жанровій формі. Пояснюємо це, насамперед, екстралінгвальними чинниками: редакційні потужності українського видання в рази поступаються потужностям німецького видання щодо кадрового та матеріального забезпечення.

Зовнішньополітичні замітки мають певне місце на сторінках газет. У газеті *День* вони трапляються, як правило, на третій сторінці в розділі "День Планети" однією шпальтою під загальним заголовком "Коротко / Планета", а в *Berliner Zeitung* – на сторінках 6 і 7 у розділі "Politik" під загальним заголовком "Nachrichten". В інших виданнях дотримуються практики подання заміток блоками під одним заголовком у крайніх колонках з прагматичних міркувань, оскільки центральні шпальти залишають для більш за обсягом медіатекстів – кореспонденцій та інтерв'ю.

3.2.1 Макроструктура замітки. За своєю макроструктурою замітка складається з ініціальної частини (α -фрактал) й основного тексту (ω -фрактал), обсяг якого складає переважно один абзац (див. рис. 3.4).

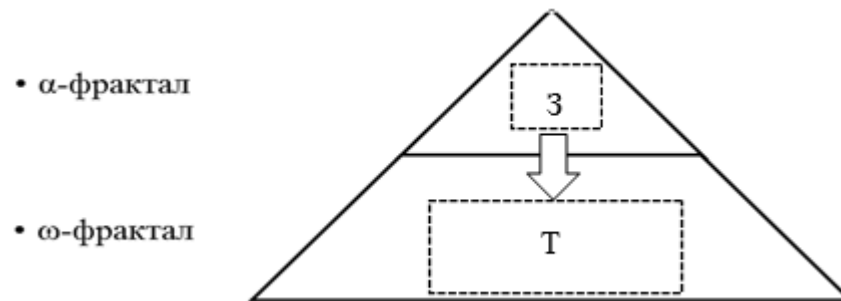


Рис. 3.4 Фрактальна модель замітки

До ініціальної частини відносимо заголовки рубрики і самої замітки, а також локальну вказівку, які типографічно відрізняються від основного тексту і є початковим фракталом. В основному тексті як фракталі другого рівня розгорнуто передається зміст новини. До фінальної маркера відносимо вказівку на джерело інформації, яка типографічно виділена. Для наочності наведемо німецьку замітку.

(H3) **NACHRICHTEN**

(3) **210 Flüchtlinge im Juni vor Sizilien ertrunken**

(T) *ROM/MADRID. Allein vor der Südküste Siziliens sind nach Angaben des UN-Flüchtlingshilfswerks UNHCR im Juni 210 Bootsflüchtlinge ertrunken oder verschwunden. In der Nacht zu gestern wurden vor den Kanarischen Inseln zwei tote Flüchtlinge geborgen, die bei der Überfahrt von Afrika gestorben waren, wie die spanischen Behörden mitteilten.*

(AFP)

(BZ, 05.07.07)

Як видно з наведеного прикладу, замітка має двофрактальну структуру. Центральна новина замітки, виражена в заголовку мінімальною кількістю лексем / синтаксем, утворює α -фрактал. Цьому візуально допомагає невербальний чинник: жирний шрифт заголовка. У самому тексті замітки як ω -фракталі розгорнуто представлена пропозиція заголовка.

3.2.1.1 α -фрактал замітки. В інтродуктивній частині замітки читач отримує стисло основну інформацію (інформаційне ядро) про всю новину. Сюди належать графічно виокремлені заголовки рубрики і замітки, а також локальна вказівка. Заголовком рубрики виступають у німецьких медіа експліцитні маркери, наприклад, *Nachrichten, Inland / Ausland in Kürze*, в українських – *Коротко*. У деяких німецьких виданнях практикують, окрім головного заголовка, також надзаголовки, наприклад, у *Der Tagesspiegel*. Ними локалізують країну, де відбулася подія, наприклад, *Griechenland, Ukraine, USA*. Такі замітки більші за обсягом, але оформлюються одним абзацом.

Локальну вказівку можна вважати факультативним складником замітки, оскільки вона не завжди фіксується в друкованих виданнях. Зазвичай, це топонім на позначення міста, наприклад, *London, Madrid, Rom*, якою новину дійсно прив'язують до певного місця на Земній кулі. З погляду реципієнта це полегшує локальну орієнтацію. Адже у нього таким чином викликаються фонові знання про країну, або ж відбувається відсилання до останніх подій в цій місцевості. Це спрацьовує особливо в світлі активних військових дій чи конфліктів у різних регіонах, наприклад, у Сирії, Сомалі, Україні тощо. В українських замітках локальний орієнтир не застосовують.

Головний заголовок є обов'язковим атрибутом сучасної замітки (пор. [169]). Услід за Б. Зандіг [543] і Ф. Зімлером [559] розрізняємо такі синтаксичні типи заголовків:

1) номінативне речення (номінативна синтаксична конструкція), як-от:

Hinweise auf Geständnis unter Folter im Fall Nemzow (BZ, 12.03.15),

Spionage-Vorwürfe gegen London aus Moskau (BZ, 27.06.07),

"Місцева" перемога молдовських комуністів (День, 05.06.07),

Технічна посадка Буша в Москві (День, 17.11.06);

2) просте речення (двоскладове речення), як-от:

Chodorkowski beantragt Aufenthaltsrecht (DT, 11.04.14),

Frankreich testet neue Langstrecken-Atomwaffe (BZ, 22.06.07),

Ахмадінеджад і Лукашенко стали соратниками (День, 7.11.06),

Білорусь розвиватиме атомну енергетику з допомогою СНД (День, 26.06.07);

3) еліптичне речення, як-от:

Mutmaßlicher Entführer der Wallerts festgenommen (BZ, 21.10.02),

Polizisten und Soldaten im Mordfall Dink suspendiert (BZ, 03.02.07).

Третій тип заголовків не притаманний українським зовнішньополітичним заголовкам, оскільки він більш характерний для аналітичних мов, де при утворенні часових форм використовують службові слова. Приклад подібної мовної економії можна побачити в українському заголовку *Кадафі на боці бідняків* (День, 17.11.06), де в середину словосполучення можна вставити дієслівну форму *є* або *стоїть*. Але такі приклади поодинокі і в статистичній вибірці не трапилися (дет. про неповні речення в українській періодиці див. [24]). Загальний розподіл за типом заголовка наведено в таблиці 3.1 (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Заголовки у німецьких й українських замітках

Мова	Номінативне речення		Просте речення		Еліптичне речення		Середня довжина
	%	с.д.	%	с.д.	%	с.д.	
Німецька	30,1	5,26	51,5	5,53	18,4	5,26	5,35
Українська	20,7	4,1	79,3	4,9	0	0	4,5

Як видно з таблиці 3.1, в обох медіапрактиках заголовки коротких повідомлень виражені переважно простими реченнями: 51,5 % у німецьких і 79,3 % в українських текстах. Наприклад:

Irakische Truppen drängen IS-Militz in Tikrit zurück (BZ, 12.03.15),

Waldheim bittet im Testament um Nachsicht (BZ, 16.06.07),

В'єтнам до кінця року приєднається до СОТ (День, 8.11.06),

Грузія вважає себе де-факто членом НАТО (День, 6.06.07).

Якщо брати до уваги те, що третій тип німецьких заголовків виникає лише через мовну економію – опущено допоміжне дієслово *haben/sein*, то тоді відношення між іменниковими конструкціями та простими реченнями в німецьких заголовках складає 3 : 7. Наприклад, в еліптичному реченні *Saddam-Gegner Tschalabi tot* легко відтворюється повна форма додаванням словоформи допоміжного дієслова *sein* в третій особі однині, теперішнього часу, дійсного способу – *ist* (більш дет. про еліптичні речення в англійській публіцистиці див. [173, с. 61–64]).

Отже, в заголовках німецьких і українських заміток домінують прості речення. При цьому в українських замітках цей показник дещо вищий за німецький, що зумовлено мовно-типологічними відмінностями. Отримані середні довжини заголовків цілком корелюють з отриманими даними дослідника Р. Рат, який проаналізував 58 коротких повідомлень на матеріалі газет *Süddeutsche Zeitung* і *Saarbrücker Zeitung* [531, с. 260]. У нашому корпусі ця величина склала 5,4, а у Р. Рат – 4,8. Отже, в заголовках заміток обох медіакультур задіяна мінімальна кількість одиниць, що відповідає нижній межі оперативної пам'яті людини за формулою Міллера 7 ± 2 .

Одним із факторів, що суттєво впливає на сприйняття тексту, є довжина його складників. Довжина речення є певною мірою показником інформативності, оскільки, чим більше слів у синтаксичній конструкції, тим більше вона містить інформації. Довжина речення є також показником граматично-синтаксичних ознак: чим складніше синтаксична структура, тим довше речення. У таблиці 3.1 наведено також довжини трьох типів заголовків у словоформах (див. табл. 3.1).

Згідно з отриманими даними, найдовшими заголовками є ті, що оформлені простим реченням (нім. – 5,53, укр. – 4,9). Заголовки з номінативними і еліптичними реченнями посідають другу позицію: 5,26 – німецька мова, 4,1 – українська. Ця тенденція, відповідно, помітна і на показниках середньої довжини в обох мовах: німецький заголовок є дещо довшим за український (5,35 у німецькій замітці та 4,5 в українській). Але, щоб отримати повну

картину про заголовки заміток, зіставимо додатково довжину самих словоформ. Одиницею виміру довжини лексичної одиниці слугував склад у його загальному розумінні. Для цього була складена таблиця 3.2 (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Довжина слів у заголовках за кількістю складів

Заголовок	Номінативне речення	Просте речення	Еліптичне речення	Середня довжина слова
Німецький	2,26	2,18	2,45	2,28
Український	2,71	2,98	0	2,85

Як видно з таблиці 3.2, заголовки українських заміток хоча й коротші за кількістю словоформ, але самі лексеми довші (2,85) за німецькі (2,28). Однією з причин цього можна вважати більшу синтетичність української мови.

3.2.1.2 ω -фрактал замітки. Другим складником замітки є сам текст повідомлення. У першому, ввідному реченні замітки конкретизується зміст заголовка. Автори намагаються уникати при цьому повних повторень. Наприклад, при заголовку *Yasser Arafat bildet die Autonomieregierung um* ввідне речення замітки таке: *Unter anhaltendem Druck der israelischen Streitkräfte hat der palästinensische Präsident am Dienstag seine Autonomieregierung umgebildet* (BZ, 30.10.02). У першому реченні крім інформації, що вже відома із заголовка, додатково вказуються ще два моменти: за яких умов (*Unter anhaltendem Druck der israelischen Streitkräfte*) відбувалася зазначена подія і коли це сталося (*am Dienstag*).

В українських замітках вдаються часом до генералізації новини. Так, при заголовку *Теракт на Філіппінах* ввідне речення тексту таке: *П'ятеро людей загинуло і понад 50 поранено внаслідок двох вибухів, що прогрімали у двох торгових центрах у місті Замбоанга на півдні Філіппін, повідомляє агентство*

EFE (День, 18.10.02). У наступних реченнях деталізують обставини події, причини, наслідки тощо в досить стислій, але насиченій формі.

Цікаві спостереження щодо заміток на матеріалі п'яти німецьких газет за тиждень зробив Т. Шредер [555] у руслі теорії комунікативних актів, де текст як дія є сукупністю менших дій, виражених меншими одиницями. Він виокремив серед коротких повідомлень такі підвиди: 1) коротке повідомлення про факт; 2) коротке повідомлення у формі підбірки висловлювань; 3) інтерпретоване коротке повідомлення; 4) розширене повідомлення. Останній підвид можна віднести до інформаційної статті (див. підрозділ 3.3).

Зіставний аналіз показав, що замітки в німецькій медіапрактиці стандартизованіші за українські. В українських замітках простежуємо тенденцію до варіативності. Це, очевидно, обумовлено тим, що більше половини коротких повідомлень є власними замітками, а не стилістично обробленими даними інформангентств. Для заміток обох медіапрактик характерне використання принципу важливості новини.

Медійна замітка, зазвичай, завершується вказівкою на джерело інформації. У німецькій медіапрактиці таким кінцевим маркером виступає посилання на інформангентство. Його подають у скороченій формі курсивом (або в дужках), як-от: *Reuters, epd, AFP, dpa* тощо. При цьому трапляються подвійні посилання, наприклад, *dpa/AFP*, що вказує на поєднання редакцією даних двох джерел. В українській медіапрактиці не прийнято посилатися в кінці замітки на інформангентства, що вказує на факультативність джерельної відсилки в фінальній частині замітки.

3.2.2 Мікроструктура замітки. До мікроструктури тексту відносимо синтаксичні, лексико-семантичні та стилістичні особливості текстової будови.

3.2.2.1 Синтаксичний рівень. У статистично проаналізованій вибірці газети *Berliner Zeitung* нараховано 15909 лексичних одиниць у 934 реченнях, тобто середня довжина речення в короткому німецькому повідомленні дорівнює 17,03 словоформ. Це цілком корелює з даними С.М. Іваненко [72, с.

12], у якої на вибірці з 20 текстів з "*Saarbrücker Zeitung*" за 1995 р. середня довжина речення становить 17 слів, де кожне речення ділиться на дві синтагми довжиною близько восьми слів. С.М. Іваненко, аналізуючи поліфонію ритмотональної будови тексту, робить висновок про деяку монотонність структури зазначеного жанру.

В українській паралельній вибірці середня довжина речення складає 20,1 словоформ. Якщо характеризувати отримані дані за оціночною шкалою Л. Райнерса [534, с. 221], яка вираховує ступінь сприйняття інформації залежно від кількісного складу синтаксичної конструкції, то синтаксис німецьких заміток можна вважати більш зрозумілішим за український (див. табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Шкала Л. Райнерса

Ступінь сприйняття	Кількість слів у реченні
1. Дуже легко зрозуміти	1–13 слів у реченні
2. Легко зрозуміти	14–18 слів у реченні
3. Зрозуміло	19–25 слів у реченні
4. Важко зрозуміти	25–30 слів у реченні
5. Дуже важко зрозуміти	Більше 30 слів у реченні

Для наочності укладаємо таблицю 3.4, де обраховано розподіл речень за довжиною з кроком у 5 одиниць у процентному відношенні (див. табл. 3.4).

Згідно з даними таблиці 3.4, в обох медіапрактиках переважають короткі речення (44,4 % та 48,2 %). Це підтверджує тезу Г. Люгера про тенденцію до скорочення довжини речення в німецькій мові [474, с. 23]. Наприклад:

Dort sind Weiße und Mestizen in der Mehrheit. (BZ, 13.01.07)

Damit setzt der neue Präsident Daniel Ortega einige seiner Wahlversprechen um. (BZ, 19.01.07)

Домінування коротких речень характерне, як показує зіставний аналіз, і для української замітки. Наприклад:

Президент Венесуели Уго Чавес пообіцяв націоналізувати великі компанії країни. (День, 10.01.07)

Представник Сполучених Штатів в ООН Джон Болтон подав у відставку. (День, 06.12.06)

Таблиця 3.4

Розподіл речень за довжиною в замітках

	Кількість слів у реченні	Розподіл речень за довжиною (%)	
		Українська мова	Німецька мова
Типи речень за довжиною	1–5	1,2	2,4
	6–10	17,6	18
	11–15	25,5	27,9
	16–20	21,5	26,4
	21–25	18,9	18,3
	26–30	9,2	5,8
	31–35	3,7	0,6
	36–40	1,8	0,6
	41–45	0,3	0
	46–50	0,3	0
	Короткі речення	1–15	44,4 %
Середні речення	16–25	40,4 %	44,7 %
Довгі речення	більше 26	15,2 %	7,1 %

Отримані дані, очевидно, свідчать про загальну тенденцію до скорочення довжини речення в медійній новинній практиці. Адже з огляду на ситуативний чинник у мас-медіа інформацію слід максимально ущільнювати для отримання оптимального розуміння новини адресатом. У протилежному випадку, збільшення довжини синтаксичних конструкцій в замітках значно ускладнює сприйняття новини.

Далі за спадом в обох мовах йдуть середні за довжиною речення (нім. – 44,7 % / укр. – 40,4 %). Разом з короткими реченнями вони становлять більшість усіх речень у німецькій й українській замітках – 92,9 % і 84,8 % відповідно. Наприклад:

Am Donnerstag starben drei Menschen, als Anhänger des regierungskritischen Präfekten der Region mit Waffen gegen Anhänger des linken Staatspräsidenten Evo Morales vorgingen. (BZ, 13.01.07)

Проблема із транзитом російської нафти через територію Білорусі може призвести до перегляду Росією існуючих для республіки преференцій по інших групах товарів. (День, 11.01.07)

Речення, що нараховують 26 і більше словоформ, трапляються в замітках не так часто (нім. – 7,1 % / укр. – 15,2 %). Наприклад:

У документі, запропонованому ЄК, ідеться про необхідність скорочення викидів газу в атмосферу, що створює "парниковий ефект", більш активне використання відновлюваних джерел енергії й про поступове зменшення залежності ЄС від іноземних постачальників енергоносіїв. (День, 11.01.07)

In der Nacht zu gestern wurden vor den Kanarischen Inseln zwei tote Flüchtlinge geborgen, die bei der Überfahrt von Afrika gestorben waren, wie die spanischen Behörden mitteilten. (BZ, 05.07.07)

Зазвичай, це ввідні речення на початку заміток. Хоча, як показує зіставний аналіз, довгі синтаксичні конструкції можуть також траплятися й в інших частинах основного тексту.

Як видно з даних таблиці 3.4, довгі речення вдвічі частіше зафіксовано в українських замітках. Це, очевидно, зумовлено тим, що в українській замітці часто трапляються ускладнені підрядні речення, в той час як німецькі журналісти активно використовують прийменникові конструкції, поширені атрибути тощо. Наприклад:

Він виразив надію, що за цей місяць буде остаточно вирішене питання про конкретну будівлю, в якій буде розміщене посольство,

додавши, що за попередніми даними йдеться про один із центральних районів столиці. (День, 18.01.07)

Das zur Verfolgung von Verbrechen gegen die Menschlichkeit und Kriegsverbrechen gegründete Tribunal entschied sich am Montag für die Erhebung einer Anklage gegen den ehemaligen kongolesischen Milizenführer Thomas Lubanga, wie der Richter Claude Jorda erklärte. (BZ, 30.01.07)

На рисунку 3.2 представлено розподіл усіх речень без об'єднання у групи (див. рис. 3.5). Як видно з наведеного рисунка, найчастотніші речення в німецькій медіазамітці – це речення з довжиною від 10 до 20 слів. Пік при цьому припадає на речення з довжиною 15 словоформ. В українській замітці також переважають речення з 10–20 лексичними одиницями, найбільший показник зафіксовано для речень з 14 словоформами.

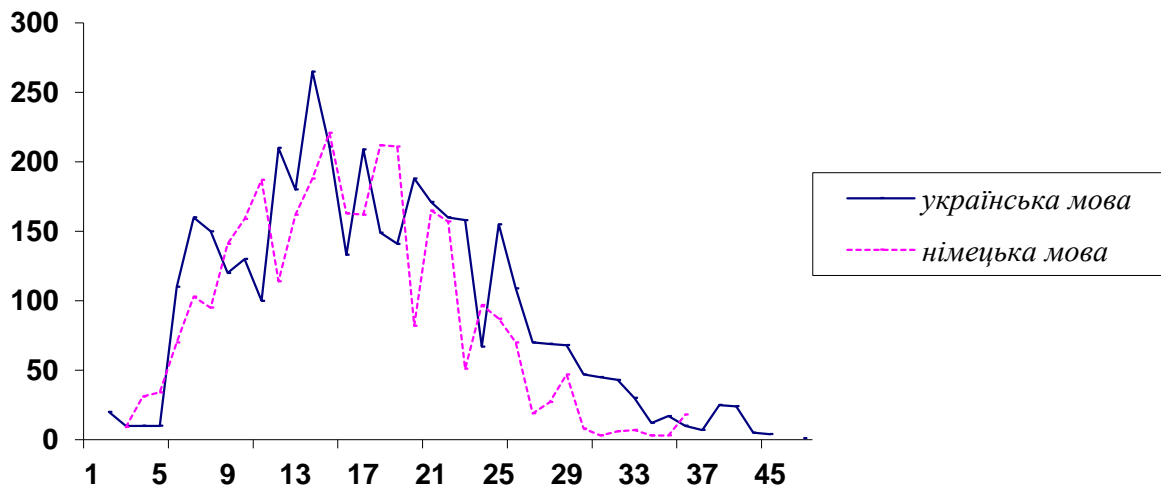


Рис. 3.5 Розподіл речень за довжиною у замітках (вертикальна вісь – кількість речень, горизонтальна вісь – кількість словоформ у реченні)

Загалом помітна схожість розподілу речень в обох мовах: крива діаграми стрімко зростає до зони 15 речень, а потім поступово знижується до зони наддовгих речень – 40 словоформ. Можна припустити, що це є універсальним розподілом речень за довжиною в замітках. На жаль, автору не відомі роботи,

де би проводилося подібне дослідження на прикладі коротких повідомлень в інших мовах, щоб підтвердити чи спростувати це припущення.

Окрім кількісного аналізу встановлено розподіл речень за будовою. Для цього речення покласифіковано за такими чотирма загальними типами: 1) прості; 2) гіпотактичні; 3) паратактичні; 4) паратактично-гіпотактичні речення.

В останньому типі речень наявні одночасно складносурядний і складнопірядний зв'язки. Результати аналізу наведені в таблиці 3.5 (див. табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Розподіл речень за будовою в замітках

Тип речення	Українська мова		Німецька мова	
	Кількість (%)	Середня довжина	Кількість (%)	Середня довжина
Просте	38,2	12,9	61,4	14,29
Гіпотактичне	48,6	19,7	31,8	20,34
Паратактичне	6,1	23,38	5,8	19,22
Паратактично-гіпотактичне	7,1	25,04	0,9	24,67

Як видно з таблиці 3.5, в українських коротких повідомленнях майже половина речень гіпотактичні (48,6 %), в той час як у німецьких замітках домінують прості речення (61,4 %). Наприклад:

У своєму виступі перед сенаторами Р. Гейтс, кандидатуру якого запропонував президент Джордж Буш після відставки голови Пентагону Дональда Рамсфельда, сказав, що «відкритий для нових ідей» стосовно Іраку. (День, 7.12.06)

Про це він заявив після того, як Національна Асамблея Венесуели одногосно ухвалила закон, що надає главі держави пряме президентське управління на найближчі 18 місяців. (День, 20.01.07)

Tschechien muss weiter ohne eine stabile Regierung auskommen. (BZ, 22.12.06)

Die Zahl der Übertritte von Deutschen zum Islam ist deutlich gestiegen. (BZ, 15.01.07)

Такі відмінності пояснюються тим, що в німецьких медіатекстах, на відміну від українських, замість підрядних речень часто використовують прийменникові конструкції або поширене означення перед іменником, як-от:

Der aus Katar stammende Terrorverdächtige <...> (BZ, 13.06.07);

Das zur Verfolgung von Verbrechen gegen die Menschlichkeit und Kriegsverbrechen gegründete Tribunal <...> (BZ, 13.06.07);

<...> die von US-Präsident George W. Bush so oft in Bezug auf die Einsätze im Irak und in Afghanistan benutzte Wendung Extremisten <...>. (BZ, 18.04.07).

Це безпосередньо впливає на середню довжину речення в німецьких коротких повідомленнях – 14,29 словоформ у реченні, а в українській замітці цей показник складає 12,9. Саме прості та гіпотактичні речення домінують у цьому інформаційному медіатексті обох лінгвокультур (86,8 % і 93,2 %).

Якщо кількісні показники складносурядних речень в обох мовах майже однакові (нім. – 5,8 % / укр. – 6,1 %), то паратактично-гіпотактичні речення характерні більш для українських заміток (7,1 % і 0,9 %). При цьому середня довжина останніх в обох медіапрактиках приблизно однакова – 25 словоформ.

Наприклад:

Die zwölf Meter hohen so genannten strategischen Raketen M51 sollen ab 2010 auf Frankreichs Atom-U-Booten eingesetzt werden und jeweils sechs Atomsprenköpfe an die 8 000 Kilometer weit befördern können. (BZ, 10.11.06).

Візит М. Саакашвілі до Києва планувався на травень, однак він був перенесений через складну політичну обстановку на Україні. (День, 07.06.07)

Провал переговорів означає, що навряд чи ключові члени СОТ зможуть узгодити загальні умови нової угоди протягом літа, а це робить укладання цього року повномасштабної угоди малоімовірним, повідомляє газета. (День, 23.06.07)

Отже, розподіл речень за структурою в німецькій і українській медіазамітках значно різниться. Якщо в німецькій замітці журналісти використовують за спадом прості речення, складнопідрядні, складносурядні та паратактично-гіпотактичні, то українські журналісти – складнопідрядні, прості, паратактично-гіпотактичні та складносурядні.

Неодмінним атрибутом заміток у досліджуваних медіапратиках є вживання прямої мови. Нею користуються, зазвичай, для надання новині наближеності до реальності, коли створюється ефект безпосередньої присутності. Наприклад:

"Wenn die Amerikaner kommen und uns sagen, dass sie das wollen, sind wir sicher gewillt, mit ihnen darüber zu reden", sagte Georgiens Außenminister Gela Beschuaschwili der Financial Times Deutschland. (BZ, 02.05.07)

"Це глибоко прикро й трагічно, — заявив Аннан в інтерв'ю. — Але у нас немає ресурсів або волі, щоб справитися з ситуацією". (День, 05.12.06)

При використанні непрямої мови в описі події читач певною мірою віддалений, відсторонений від події. При цьому втрачається колоритність фраз задіяних осіб повідомлення. Згідно з отриманими результатами (див. табл. 3.6), в обох медіапратиках відчутно переважає непряма мова. Це пов'язано, насамперед, зі специфікою цього інформаційного медіатексту, а саме: стислістю викладу, коли наводять лише найважливі фрази дійових осіб. Окрім

того, журналісти часом вдаються до вкраплювання цитат, які виділяють лапками.

Таблиця 3.6

Розподіл прямої та непрямої мови в замітках

Мова	Пряма мова		Непряма мова	
	%	с. д.	%	с. д.
Німецька	1,6	14,4	14,8	19,57
Українська	3,9	19,53	20,2	19,98

У таких випадках адресанти намагаються передати оригінальність висловлювання й експліцитно дистанціюватися від нього. У німецькій мові конвенційно задіюють при цьому багатофункціональний кон'юнктив. Наприклад:

Es bestehe "ein erhöhtes Risiko ab 2016 in der grundsätzlichen weiteren Nutzung der Baureihe". (BZ, 12.03.15)

"Aus Angst um sein Leben" habe dieser später dem FSB alles gestanden, sagte FSB-Sprecher Sergej Ignatschenko. (BZ, 27.06.07)

У тексті документа вказано, що кожна держава-член ЄС "вживе усіх заходів для покарання за фактами публічного виправдання, заперечення або грубого спрощення злочинів проти людяності, геноциду або військових злочинів". (День, 03.02.07)

Цікаво зазначити, що якщо середня довжина непрямої мови в обох мовах приблизно однакова (20 слововживань у реченні), то для прямої мови ці показники в досліджуваних медіапратиках значно різняться: 14,4 словоформ у німецькій і 19,53 в українській. Це зумовлено, насамперед, тим, що в німецьких коротких повідомленнях пряма мова оформлена частіше простими синтаксичними конструкціями, а в українських замітках помітна тенденція до її використання при передачі розлогих інформаційних пасажів, оформлених складними синтаксичними конструкціями. Наприклад:

"Wir haben das neue, moderne TOR-MI-Verteidigungssystem erfolgreich getestet", teilte der Kommandeur der Luftwaffe der Revolutionswächter, Hossein Salami, nach Angaben der Agentur ISNA mit. (BZ, 08.02.07)

"КНДР показала, що вона готова в короткі терміни зупинити реактор в Йонбені, як було передбачено в лютневій угоді", — сказав на прес-конференції в Сеулі Хілл, який є також радником державного секретаря США. (День, 23.06.07)

"Безумовно, і дай Бог, щоб це було так. Я щиро бажаю, щоб президент був настільки успішним у своїй діяльності, щоб він без перешкод виграв другі президентські вибори. І річ тут не тільки особисто в Саакашвілі, а в тім, що, якщо він виграє наступні вибори, країна буде рухатися вперед", — заявила спікер грузинського парламенту. (День, 06.12.06)

Як видно з останнього прикладу, прямою мовою передається центральний уривок промови спікера грузинського парламенту із збереженням усього синтаксичного колориту усного виступу. При цьому журналіст не обмежується одним реченням. Для німецької замітки такі розлогі уривки прямої мови не характерні.

3.2.2.2 Лексико-семантичний рівень. Лексичний склад проаналізованих заміток зумовлений їх загальною тематикою – зовнішня політика, де на передній план виступають конфлікти й їх врегулювання між державами, етнічними групами тощо. Тому тут домінує лексика політичного спрямування, а саме: власні назви держав, конфліктних регіонів, відомих політиків, міжнародних установ тощо, наприклад, *Israel, Syrien, USA, Kiew, Moskau, Washington, Berlusconi, Merkel, UNO, Irak, Обама, Лондон, ОБСЄ* і т.п. Незначні лексико-семантичні розбіжності між німецьким і українським медійним дискурсами спричинені, очевидно, тим, що німецькі медіа повідомляють більш широко про світові події, використовуючи дані різних провідних світових інфоагентств, а українські скеровані переважно на огляд

новин з країн СНД, наприклад, *Білорусь, Казахстан, Російська Федерація* і часто послуговувалися до 2014 даними російськомовних інформантів.

3.2.2.3 Риторико-стилістичні характеристики. Для заміток у німецькій і українській медіапрактиках не характерне використання широкого спектра риторико-стилістичних фігур. Це обумовлено функціональними і ситуативними факторами, оскільки замітки створені для швидкого та стислого інформування читацької аудиторії, коли в авторів немає, по-перше, часу і, по-друге, потреби вишуканого стилістичного оформлення новинного тексту.

У німецьких і українських замітках трапляються переважно добре відомі пересічному читачеві стилістичні тропи, насамперед, метонімії, метафори і епітети, які пов'язані з політичною тематикою, наприклад:

*В ухваленому документі вказано, що **Чорногорія** вбачає **НАТО** "гарантією територіальної цілісності і суверенітету Чорногорії <...>"* (День, 18-19.09.15)

*Майбутня угода щодо поглибленої співпраці України та **Європейського Союзу** повинна вказувати на **європейський вибір Києва**.* (День, 07.12.06)

*Bei ihrem Antrittsbesuch als EU-Ratsvorsitzende im Europaparlament hat Kanzlerin **Angela Merkel** gestern **die EU als das "beeindruckendste Friedenswerk auf dem Planeten Erde" bezeichnet.*** (BZ, 18.01.07)

*Nach Auszählung der Stimmen führt der ehemalige Guerillakämpfer **Salvador Sanchez Cerén** von der Linkspartei FMLN mit **hauchdünnem Vorsprung.*** (DT, 11.03.14)

Наші спостереження певним чином корелюють з висновками В.В. Зайцевої [66], яка, досліджуючи метонімію у мові українських друкованих засобів масової інформації, виявила таку тенденцію вживання чотирьох типів метонімії: локальна (60 %), темпоральна (17 %), атрибутивна (13 %) та причинно-наслідкова (10 %).

У зовнішньополітичних замітках обох медіапрактик відчутно домінує локальна метонімія, тобто перенесення з місця на об'єкт і навпаки. Це переважно назви країн, столиць, або будівель замість урядів країн. Наприклад:

*Im Fall des vergifteten russischen Ex-Spions Alexander Litwinenko bereitet **London** ein Auslieferungsgesuch für den russischen Geschäftsmann Andrej Lugowoi vor.* (BZ, 27.01.07)

***Вашигтон** відмовився офіційно коментувати нанесення удару.*
(День, 10.01.07)

Темпоральна, атрибутивна та каузальна метонімії трапляються в цьому варіанті інформаційного жанру рідко. Це, очевидно, зумовлено малим обсягом тексту та тематикою.

3.2.3 Невербальний аспект. З невербальної точки зору замітки в сучасних німецькій і українській медіапрактиках добре візуалізуються на відміну від заміток на початку ХХ століття, коли їх наводили суцільним текстом. Сучасні замітки друкують, зазвичай, одним блоком вертикальним стовпчиком на правому або лівому краю шпальти з типографічним відмежуванням від решти текстів суцільною лінією. Між собою замітки відмежовані відступами. Окрім того, в них візуально виокремлюють від основного тексту заголовки, локальні та джерельні маркери величиною шрифту, що значно допомагає реципієнту орієнтуватися.

У газеті *День* замітки виокремлювали певний час додатково темнішим фоном, що одразу впадало в око. Наразі редактори перейшли до поширеної практики виділення текстів лише спільною рамкою.

В обох медіапрактиках поодинокі до заміток додають світлини, які виконують радше функцію привернення уваги читача. Певним чином, ці світлини покращують сприйняття інформації, адже перенасиченість вербальної частини робить сучасне медіавидання непривабливим і одноманітним. Варто зазначити, що не всі друковані видання дотримуються цього погляду,

наприклад, консервативна *Frankfurter Allgemeine Zeitung* не використовує світлин у цьому медіатексті.

3.3 Німецька й українська інформаційні статті

Мета підрозділу – змоделювати фрактальну структуру інформаційної статті та встановити відмінності / подібності між німецькими й українськими зовнішньополітичними інформаційними статтями у структурному, композиційному, синтаксичному, прагматичному та невербальному аспектах шляхом комплексного зіставлення складових цього виду текстів на матеріалі провідних друкованих німецьких і українських медіавидань.

Матеріалом для статистичного аналізу слугує вибірка інформаційних статей зі щоденних газет *Berliner Zeitung* (розділ Politik) і *День* (розділ День Планети) за 2002–2015 рр. Корпус складає 600 текстів, відповідно по 300 текстів у кожній медіакультурі. Такий обсяг матеріалу можна вважати репрезентативним, зважаючи на досить тривалий часовий зріз вибірки. Варто зазначити, що в кількісному плані за проаналізований час у газеті *День* зафіксовано набагато менше інформаційних статей, ніж у *Berliner Zeitung*. Це обумовлено, насамперед, медіареаліями в Німеччині й Україні.

3.3.1 Попередні зауваги. Інформаційна стаття, або розгорнута замітка за Т. Шредером [555], як жанр належить до центральних інформаційних видів медіатекстів. Головною метою цього жанру є об'єктивне і достатнє ознайомлення читацької аудиторії з актуальними подіями в суспільно-політичному житті. Визначальною композиційною ознакою цього медіатексту вважається принцип "обернутої піраміди", тобто спочатку висвічується найважливіше, а потім наводяться другорядні дані. У такий спосіб реципієнт отримує інформацію за її релевантністю і за відсутності інтересу припиняє подальше ознайомлення з текстом.

Газетні інформаційні статті досліджували переважно в одномовному культурному дискурсі в різнопланових аспектах (див. [66; 227; 315; 469; 474; 482; 508; 583]). Зіставні аналізи проводили, насамперед, на матеріалі англійської, китайської, німецької, польської, російської, фінської й угорської мов [345; 526; 540 та інші]. Відсутність комплексних українсько-німецьких контрастивних студій інформаційних статей зумовлює необхідність цієї розвідки.

У німецькій лінгвістичній літературі зазначений медіатекст відомий під назвою нім. *Nachricht*. Він більший за обсягом і інформаційним вмістом за замітку. Інформаційні статті поділяють на два підвиди, назви яких запозичені з англійської мови: *hard news* і *soft news*. Перший підвид (нім. *harte Nachricht*) подає читачеві актуальну інформацію про факт [474, с. 91; 508, с. 17]. Тематикою цього підвиду є політика та економіка. Подібно до замітки, у центрі уваги інформаційної статті перебуває певна подія, яка може уточнюватися та конкретизуватися. У зазначеному варіанті інформаційного жанру заголовок як α -фрактал повідомляє про подію, перший абзац (лід) як φ -фрактал, виділений іноді типографічно, доводить до відома читачів найголовніше в тексті повідомлення. У решті тексту (ω -фракталі) розкриваються та конкретизуються деталі новини (див. рис. 3.6). Обсяг таких інформаційних статей складає, за Г. Люгером, у середньому 4 абзаци, або 40–50 рядків. Зачин або лід інформаційних статей можна порівняти із заміткою.

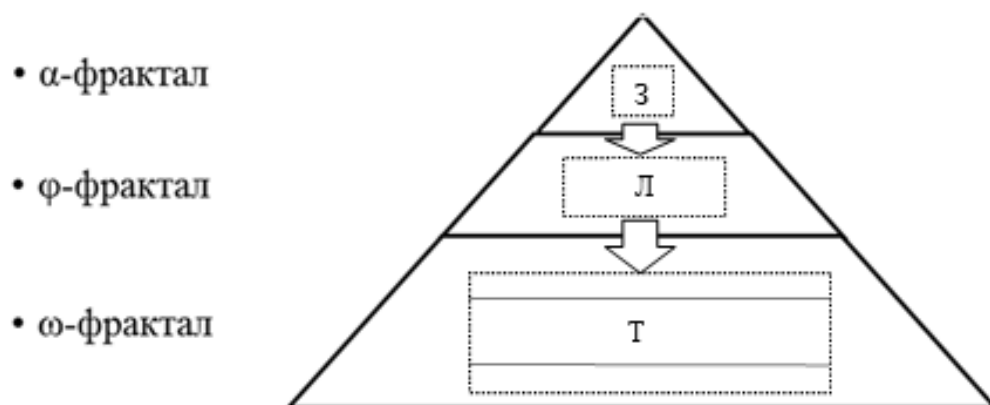


Рис. 3.6 Фрактальна модель інформаційної статті

На відміну від *harte Nachricht*, так звані *weiche Nachricht* характеризуються за своєю структурою більшою варіативністю, а також наявністю заохочувальних до читання елементів. Темами таких повідомлень є події, факти так званого загальнолюдського інтересу, наприклад, скандали, злочини, природні катастрофи, нещасні випадки, події світського життя тощо. Особливу увагу в цьому жанрі приділяють початковій і кінцевій частинам тексту. У такий спосіб адресанти заохочують до прочитання всього повідомлення. Для заголовків "легких повідомлень" притаманно використання різноманітних риторико-стилістичних прийомів. Події зображуються в часовій і просторовій послідовності [474, с. 91].

При створенні інформаційної статті важливу роль відіграють такі чинники, як актуальність, оперативність і колективна робота редакції друкованого видання. Саме оперативність цього виду текстів визначає його структурні та стилістичні особливості. Журналісти, як правило, використовують дані інформаційних агентств, доповнюючи їх іншими джерелами. Відповідальний редактор здійснює стилістичну правку тексту і відповідає за заголовки та зачини до текстів.

Отже, досліджувані газетні інформаційні статті – це середні за розміром медіатексти інформаційного спрямування про актуальні зовнішньополітичні проблеми. Як продукт колективної роботи, інформаційні статті несуть у собі характерні риси мовно-культурного середовища.

3.3.2 Макроструктура інформаційної статті. Зіставний аналіз українських і німецьких інформаційних статей дозволив встановити їх макроструктурні складники.

Для української інформаційної статті характерні такі складники: 1) заголовок; 2) підзаголовок; 3) світлина з джерельним маркером; 4) вказівка на автора статті; 5) текст.

Типова німецька інформаційна стаття може складатися, в свою чергу, з таких структурних одиниць, як: 1) надзаголовок; 2) заголовок; 3) підзаголовок;

4) місце події; 5) світлина з джерельним маркером і підзаголовком; 6) текст; 7) вказівка на автора або агентство.

Наведений перелік компонентів в обох медійних практиках відображено в типовій послідовності. Лише невербальний складник – світлина – може варіювати: або її розташовують одразу після заголовка, або інтегрують у загальний текст. Окрім того, для інформаційних статей характерні певні невербальні, графічні ознаки.

Як показує зіставний аналіз, у німецькій й українській медіапрактиках використовують майже однаковий набір структурних одиниць зі схожою композицією. Відмінність спостерігається у використанні німецькими виданнями світлин з підзаголовками, надзаголовків та вказівки на місце події. У *Berliner Zeitung* і *День* не виділяють перший абзац, який слугує, зазвичай, лідом (пор. [315, с. 121–122]).

3.3.2.1 α -фрактал інформаційної статті. До ініціального фрактала інформаційної статті належить заголовковий блок, тобто надзаголовок, заголовок, підзаголовок, а також місце події в німецькому медіатексті. Всі вони типографічно виокремлені, передують тексту статті та містять інформаційне ядро новини. Загалом сюди можна також віднести заголовок з датою і номером газети, заголовок рубрики, оскільки ці маркери наводять загальні дійсничні дані щодо кожного конкретного тексту. Розглянемо кожен складовий елемент проаналізованих інформаційних статей.

Надзаголовок. У німецьких друкованих мас-медіа, на відміну від українських, використовують часом надзаголовок для інформаційних статей. Він зафіксований лише в 6,7 % вибірки. Надзаголовок виділяють типографічно: прописними літерами та жирним шрифтом. Функція надзаголовка полягає в загальній орієнтації читачів щодо новини. Г. Бургер [315, с. 116] виділяє також такі функції, як нагода та зовнішні обставини. У німецькій медіапрактиці часто трапляються локальні надзаголовки, де зазначається місце події, наприклад, *Afghanistan*, *Jemen*, *Syrien*. Вони слугують дійсничним орієнтиром для реципієнтів і, певним чином, впливають на загальну структуру заголовка

статті. У разі їх використання в інформаційній статті не наводять підзаголовок. Це пояснюється, насамперед, принципом мовної економії.

Заголовок. Центральним компонентом початкового фрактала інформаційної статті є головний заголовок. Ним передають основний зміст статті, її інформаційне ядро (пор. [315, с. 55]). Заголовки інформаційних статей в обох мовах мають переважно тематичний характер щодо основного тексту. Іноді в українській медіапрактиці трапляються так звані заголовки-загадки, коли із заголовка не зовсім зрозуміла тема повідомлення. У новинних медіа це вважається порушенням правил інформаційного жанру. За нашими спостереженнями, українські видання, на відміну від німецьких, не завжди дотримуються конвенційності зазначеного жанру.

Із синтаксичного погляду в українській медіапрактиці трапляються два типи заголовків: прості і номінативні речення (див. табл. 3.7). З них 53,3 % складають іменникові конструкції (Adjektiv + Substantiv / Adjektiv + Substantiv + Präposition + Substantiv / Substantiv + Adverb), наприклад:

Сенаторська підтримка (День, 09.02.07),

Реформування по-казахському (День, 22.06.07),

Квіткове сонце для президента (День, 04.07.07).

Таблиця 3.7

Заголовки німецьких і українських інформаційних статей

Мова \ Заголовок	Синтаксичний тип заголовка		Середня довжина заголовка (словоформи)
	Номінативне речення (%)	Просте речення (%)	
Німецька	26,3	73,7	6
Українська	53,3	46,7	3,8

46,7 % українських заголовків оформлено як прості речення, наприклад:

Яценюк і Лавров домовилися про комісію (День, 8.06.07),

Гейтс заспокоює Москву щодо ПРО (День, 17.02.07),

Київ уперше приймає сесію ПА ОБСЄ (День, 06.07.07).

Середня довжина заголовка української інформаційної статті складає 3,8 словоформ. При окремому аналізі кожного типу заголовка встановлено такі показники: іменникова конструкція – 2,4 словоформи, просте речення – 5,3 словоформ.

У німецьких заголовках інформаційних статей також використовують прості і номінативні речення. Проте серед них істотно переважають прості речення (73,3 %), наприклад:

Hohmann tritt als AfD-Kandidat an (FAZ, 2.11.15),

Streit lähmt russische Opposition (BZ, 10.07.07).

Через мовну економію у німецьких заголовках часто вдаються до різних видів еліпсів. Найчастіше випускають артикль перед іменником, як-от:

Jung soll Attendant nur knapp entgangen sein (BZ, 25.06.07),

Regierung streitet über Fall El Masri (BZ, 09.07.07).

Заголовки, оформлені номінативними реченнями, трапляються в інформаційних статтях рідше. У статистичній вибірці цей показник складає 26,3 %. Наприклад:

Signale der Entspannung in Richtung Polen (BZ, 26.06.07),

Fünfeinhalb Jahre Haft für Terror-Helfer (BZ, 26.06.07).

Середня довжина заголовка німецької інформаційної статті складає 6 словоформ, у простих реченнях – 6,1 словоформа, іменникових конструкціях – 5,8 словоформ. Ці показники вказують на те, що попри використання різних синтаксичних конструкцій вони за інформаційним наповненням подібні.

Наближені показники обох довжин заголовків вказують на інформативність іменникових конструкцій. Цього не можна стверджувати про українські заголовки з іменниковими конструкціями, які виконують переважно функцію привернення уваги читацької аудиторії завдяки своїм інтригувальним формулюванням.

Підзаголовок. В обох мас-медіа заголовки інформаційних статей супроводжуються підзаголовками. У німецькій інформаційній статті підзаголовки трапляються в 93,3 %, а в українській – у 40 % (див. табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Підзаголовки німецьких і українських інформаційних статей

Підзаголовок Мова	Синтаксичний тип підзаголовка		Середня довжина підзаголовка (словоформи)
	Номінативне речення (%)	Просте речення (%)	
Німецька	20	73,3	5,8
Українська	0	40	7,2

Варто зазначити, що в німецькій медіапрактиці підзаголовок відсутній у разі використання надзаголовка. Роль підзаголовка полягає у деталізації, поясненні головного заголовка, як-от: заголовок *Gangsterbosse sollten in CIA-Auftrag Fidel Castro ermorden* має підзаголовок *US-Geheimdienst gibt Akten frei* (BZ 28.06.07), або наведений вище український заголовок *Реформування показавському* має підзаголовок *Парламент напросився на дострокові вибори* (День, 22.06.08). Отже, підзаголовок певним чином роз'яснює заголовок, що уможливорює краще розуміння теми статті.

Як показав синтаксичний аналіз німецьких підзаголовків, їх можна поділити на два основні типи:

1) просте речення (73,3 %), наприклад:

Bundesregierung will Beziehungen verbessern (BZ, 26.06.07),

Soldaten rücken auf Gotteshaus in Islamabad vor (BZ, 07.07.07);

2) номінативне речення (20 %), як-от:

Todesstrafe auch für zwei weitere Saddam-Getreue (BZ, 25.06.07),

Kritik an Entführungen (BZ, 07.07.07).

Зафіксовано також використання конструкції [прізвище / країна] [:] [речення / номінативна синтаксична конструкція], наприклад:

Steinmeier: Hilfe bei Wiederaufbau notwendig (BZ, 27.06.07),

Wallström: Unrealistische Idee (BZ, 26.06.07).

Такі підзаголовки інформують читача стисло про джерело (ХТО) й інформаційне ядро повідомлення (ЩО).

В українській інформаційній статті підзаголовки зафіксовано лише в 40 % вибірки. З синтаксичного погляду – це прості речення, які використовують після інтригуювальних заголовків, виражених іменниковою конструкцією, як-от:

(3) *Економічне падіння*

(ПЗ) *Україну віднесли до категорії "в основному несвободних країн"*

(День, 18.01.07)

При зіставленні середньої довжини підзаголовка у німецькій й українській мовах встановлено, що український підзаголовок дещо довший за німецький: 7,2 до 5,8 словоформ. Цікаво відмітити, що середні показники по німецьким заголовкам і підзаголовкам приблизно однакові: 6 словоформ – у заголовку і 5,8 словоформ – у підзаголовку. Українські ж показники суттєво різняться: 3,8 словоформ у заголовку і 7,2 словоформи у підзаголовку. Однією з причин такої диспропорції вважаємо активне використання номінативних синтаксичних конструкцій в українських заголовках з метою привернення уваги читача. У німецьких заголовках і підзаголовках вони виконують свою основну функцію – інформативну.

Особливістю німецького підзаголовка є, як показує зіставний аналіз, використання одразу декількох синтаксичних конструкцій. Наприклад:

(3) *EU-Gipfel vor dem Scheitern*

(ПЗ) *Polen droht mit Veto gegen neue Abstimmungsregeln / Steinmeier spricht von Endspiel um die Verfassung / Grüne werfen Merkel mangelnde Konsequenz in den Verhandlungen vor.* (BZ, 19.06.07)

Автор цієї статті використав три підзаголовки, які стисло передають три основні підтеми публікації. Причиною такої інформаційної насиченості, на нашу думку, є важливість описаної зустрічі для Європейського Союзу. Подія набула в суспільному житті європейських держав великий розголос, і тому

автор намагається якомога повно висвітлити ситуацію навколо майбутньої конституції ЄС.

Локальний маркер. Наступним складником початкового фрактала інформаційних статей є вказівка на місце події. Локальний маркер використовується лише в 36,7 % текстах німецької вибірки, наприклад, *Seoul, Brüssel, Berlin / Luxemburg* тощо. Основна мета такої дейктичної координати полягає в конкретизації місця події.

3.3.2.2 ω -фрактал інформаційної статті в обох мовах займає найбільшу площу – приблизно 90 %. Він складається з тексту повідомлення, побудованого за принципом релевантності, тобто коли найважливішу інформацію подають спочатку. Середня кількість абзаців в німецькій інформаційній статті складає 3,9, а в українській – 2,8 абзаців. Якщо брати до уваги перший абзац як проміжний φ -фрактал, де стисло викладено ціле повідомлення, то виходить, що в німецькій інформаційній статті на тематичне розгортання новини використовують три абзаци, а в українській – лише два абзаци як структурно-тематичні блоки.

Аналіз довжини тексту інформаційної статті за синтаксичними конструкціями показав, що німецький текст трохи довший за український: 13,9 синтаксичних конструкцій в німецькому корпусі та 13,1 – в українському. Водночас, варто зазначити відмінності в наповнюваності абзаців. Так, середній німецький абзац складається з 3,5 речень, а український – з 4,6 речень.

Наступним кроком нашої студії було з'ясування типів синтаксичних конструкцій, які трапляються в досліджуваних інформаційних статтях. Для наочності наведемо отримані результати в таблиці 3.9 (див. табл. 3.9).

Як видно з даних таблиці 3.9, у німецькій інформаційній статті домінують прості (51,7 %) і складнопідрядні речення (40,7 %). Складносурядні речення посідають третю позицію (5,5 %). Найменш уживаною синтаксичною конструкцією в німецьких інформаційних статтях є паратактично-гіпотактичні речення (2,1 %). Це вказує на те, що задля кращого сприйняття інформації німецькі журналісти уникають паратактично-гіпотактичних речень.

Таблиця 3.9

Типи речень в ω -фракталі інформаційних статей

Мова	Типи речення							
	ПР		СПР		ССР		ПГР	
	%	с. д.	%	с. д.	%	с. д.	%	с. д.
Німецька	51,7	14,2	40,7	21,5	5,5	20,1	2,1	22,9
Українська	41	13,2	43	22,5	9,4	19,3	6,6	31,7

В українській інформаційній статті синтаксичний розподіл дещо інший: на першому місці за частотою перебувають складнопідрядні речення (43 %), далі слідує прості речення (41 %), складносурядні (9,4 %) та паратактично-гіпотактичні речення (6,6 %). На відміну від німецьких інформаційних статей, в українських текстах домінують складнопідрядні речення. Однією з причин цієї розбіжності можна вважати часте використання в німецькій медіапрактиці прийменникових конструкцій з *laut*, *zufolge* і т.п. замість складнопідрядних речень, наприклад:

Aids-Experten zufolge sind die Infektionen jedoch auf die schlechten hygienischen Verhältnisse in dem Krankenhaus zurückzuführen. (BZ, 12.06.07),

Laut der Zeitung "Yedioth Achronoth" haben deutsche und türkische Vermittler diese Botschaft an Syriens Staatspräsident Baschar al-Assad weiter geleitet. (BZ, 09.06.07),

Генсек РЄ повідомив, що офіс Ради Європи буде відкрито після того як у столиці буде знайдено приміщення для нього і буде визначено представника РЄ в Україні, на якого буде покладено завдання координації всіх проектів, які ця організація здійснює з Києвом. (День, 07.11.06).

Коефіцієнт лінійної кореляції між розподілами в обох мовах дорівнює 0,97. Це свідчить про майже подібний розподіл синтаксичних конструкцій в

інформаційних статтях досліджуваних видань. Незначна відмінність виникає через різні показники у простих і складнопідрядних реченнях.

Обрахунки суми хі-квадрат і коефіцієнту взаємної спряженості Чупрова виявили статистично значущі показники в обох вибірках. Так, для простих речень у німецькій газеті хі-квадрат дорівнює 9,34 при $K = 0,11$, тобто тут спостерігається відхилення емпіричної величини від теоретично очікуваної. В українському ж корпусі сигніфікативні показники встановлено для паратактично-гіпотактичних ($\chi^2 = 9,77$, $K = 0,11$) і складносурядних речень ($\chi^2 = 4,53$, $K = 0,07$). Українські журналісти, на відміну від німецьких, як показує зіставний аналіз, часто послуговуються складнопідрядними, складносурядними та складними реченнями, що скоріше обумовлено мовнотипологічними особливостями. Наприклад:

Президент підкреслив, що він увійде в історію країни як парламент, який прийняв "доленосні, архіважливі рішення, що відповідають майбутньому і долям нашого народу" і почав приймати закони, які "допоможуть нам увійти в число 50-ти найбільш конкурентоспроможних країн світу". (День, 22.06.07).

Вартий уваги й той факт, що середня довжина складного українського речення сягає 31,7 словоформ у реченні, в той час, як німецький показник відповідної синтаксичної конструкції складає лише 22,9 словоформ. У таких реченнях журналіст, як правило, поєднує непряму і пряму мову, щоб якомога точніше передати слова задіяних осіб. У німецькій мові замість прямої мови часто залучається кон'юнктив як альтернативний засіб. Наприклад:

"Кожний надіслав свої квіти і з цих кольорів ми сплетемо наш спільний вінок, наш спільний символ сонця" — сказала президент країни та додала, що прощається вона як президент, але "як Вайра я залишуся разом із вами до свого останнього подиху". (День, 4.07.07), Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble verurteilte den Anschlag und erklärte, Berlin werde an dem seit fünf Jahren bestehenden Engagement zum Aufbau der afghanischen Polizei festhalten. (BZ, 16.06.07).

Середні показники довжини простих речень в обох мовах наближені (14,2 / 13,3). При цьому досить часто в інформаційних статтях трапляються поширені ускладнені прості речення, наприклад:

Der Außenbeauftragte der Europäischen Union, Javier Solana, und der iranische Chefunterhändler Ali Laridschani treffen sich heute zu weiteren Gesprächen über das iranische Atomprogramm. (BZ, 23.06.07),

Стихийними маніфестаціями радості та стріляниною в повітря зустріли жителі сектора Газа й Західного берега ріки Йордан повідомлення про підписання в ніч на п'ятницю в Мецці (Саудівська Аравія) угоди між лідерами палестинських рухів ФАТХ і ХАМАС про формування уряду національної єдності і припинення міжпалестинських зіткнень. (День, 10.02.07).

Проміжний заголовок. Однією з відмінностей німецької інформаційної статті, порівняно з українською, є використання проміжного заголовка. Під ним розуміємо синтаксичну конструкцію в тексті новини, яка тематично об'єднує від одного до двох абзаців і виділяється типографічно розміром і товщиною шрифту. Такі випадки поодинокі. Наприклад, у *Berliner Zeitung* за 20.06.07 проміжним заголовком у статті виступає цитата одного з джерел: "So funktioniert das nicht". Використавши її як проміжний заголовок, автор допомагає читачеві зрозуміти центральну тезу двох абзаців.

Джерельний маркер. Неодмінним атрибутом інформаційної статті є посилання на джерело або автора тексту. Цей джерельний маркер має дві варіації, залежно від традицій медіавидання. Його можуть наводити або в кінці основного тексту, або одразу після блоку заголовків перед основним текстом. У разі використання даних інформаційних агентств джерело зазначають в кінці статті. Якщо автором статті виступає конкретний журналіст, то відомості про нього можуть наводити одразу після блоку заголовків, або наприкінці статті.

Між газетами *Berliner Zeitung* і *День* прослідковуємо певні відмінності щодо авторства інформаційних статей. Так, в українській медіапрактиці більшість інформаційних статей (76,7 %) є авторськими, тобто зазначається

автор тексту, а в 23,3 % інформаційних статей джерело як таке зовсім відсутнє. У німецькій мові переважна більшість інформаційних статей (80 %) має вказівку на інформаційне агентство, наприклад, *AFP*, *REUTERS*, *dpa*. На другому місці перебувають інформаційні статті авторів з вказівкою на агентство (13,3 %) і на третьому місці – авторські інформаційні статті (6,7 %). При цьому німецькі авторські інформаційні статті передані автором з місця події, що не можна сказати про відповідні українські статті.

3.3.3 Мікроструктура інформаційної статті. Використання офіційно-ділового стилю і зовнішньополітична тематика досліджуваних інформаційних статей впливає на їх лексичне наповнення. Це переважно нейтральна загальноживана лексика.

Певну складність в українській вибірці створюють, поряд з відомими скороченнями *МЗС*, *НАТО*, *ООН*, *СНД*, *СОТ*, *ПРО*, *РФ*, *ЦВК*, такі скорочення, які можна віднести до політичної, економічної фахової лексики і які не завжди пояснюються в тексті, наприклад: *ПНА* (Палестинська народна адміністрація), *НПЗ* (нафтопереробні заводи), *РСМД* (Договір про ліквідацію ракет середньої і малої дальності), *ЄПС* (Європейська політика сусідства) тощо.

У німецькій інформаційній статті аббревіатури трапляються рідко, наприклад: *G8*, *CDU*, *CSU*, *FDP*, *die ISAF*, *EU*, *IS*, *KSK*, *SPD*, *UNISEF*. Вони, як правило, відомі пересічному німецькому читачеві, або вживаються одразу після першого згадування повної назви. Це здебільшого скорочення німецьких партій, назв військових утворень по лінії ООН або інтернаціональні англомовні скорочення (пор. [230, с. 14]).

З погляду словотвору для зазначеного медіатексту характерне часте використання складних слів. В українській мові це, насамперед, такі лексеми, як *євродепутат*, *євроінтеграція*, *євроскептик*, *генплан*, *генсек*, *нацбезпека* тощо. У німецькій мові поширені складні слова, де нова лексема утворена поєднанням двох і більше слів-коренів через дефіс, наприклад, *Afghanistan-Mandate*, *Anti-Terror-Einsatz*, *El-Kaida-Terrornetzwerk*, *EU-Außenkommissar*, *Irak-*

Politik, KSK-Kräfte, Labour-Regierung, Taliban-Kämpfer, UN-Konvoi, UNIFIL-Einsatz, UNIFIL-Mission, US-Armee, US-Präsident, US-Soldat, US-Offizier, Obama-Regierung, Ukraine-Konflikt.

В обох медіапрактиках спостерігаємо досить активне використання фразеологізмів в їх широкому розумінні. У німецькій мові це такі сталі словосполучення, як-от: нім. *kalte Füße bekommen, auf der Todesliste stehen, j-n zum Opfer fallen, j-n im Stich lassen, j-n von Dat. abschotten, in Kraft treten, die Katze im Sack kaufen, zu einem Patt führen, ein Ende machen, Gebrauch machen, in die Luft sprengen, im Weg stehen* тощо. Наприклад:

*Der Mordversuch schlug den Angaben zufolge fehl, weil das kubanische Regierungsmitglied Juan Orta, dem die Pillen für Castro überreicht worden waren, nach mehreren erfolglosen Anläufen **kalte Füße bekam** und den Auftrag zurückgab. (BZ, 28.06.07);*

*Vier Monate nach einem Verhandlungsdurchbruch bei den „Sechser-Gesprächen“ **steht** der Stilllegung des nordkoreanischen Atomreaktors Yongbyon anscheinend nichts mehr **im Weg** <...>. (BZ, 25.06.07).*

За нашими спостереженнями, вживання фразеологізмів не пов'язано з жанровою належністю медіатексту в цій тематичній царині. Це може бути частково зумовлено індивідуальними особливостями автора або тематикою публікації (пор. [523]).

В українській мові сталих словосполучень зафіксовано значно менше, як-от: *кидати виклик, прийтись до душі, викладати козири* та інші. Наприклад:

*Дослідження показало, що у прибічників євроатлантичної інтеграції є непогані шанси виграти майбутній референдум, особливо якщо врахувати, що противники інтеграції вже не один рік ведуть контрагітацію проти НАТО і давно вже **виклали свої козири**, в той час як євроатлантисти ще й не починали роз'яснювальної роботи. (День, 6.01.07)*

Автори інформаційних статей обох медіакультур активно використовують запозичення, насамперед, з англійської мови: *месидж, саміт, імідж,*

консенсус, праймеріз, boomen, der Blogger, das Camp, das Team, der Trend, zu einem Deal fähig, Whistleblower тощо. Це можна вважати загальною тенденцією в сучасних мовах світу, оскільки більшість новин йде через англomовні канали (пор. [379; 530]). Наприклад:

<...> man halte den innenpolitisch angeschlagenen Olmert kaum fähig zu einem Deal. (BZ, 9.06.07)

<...> Таким був головний месидж засідання Ради Європейського Союзу <...>. (День, 24.01.07)

З синтаксичного погляду в обох мовах часто трапляються поширені означення, прикладки, пряма мова та різні види цитування. Через це довжина простого речення може сягати тридцяти словоформ. Окрім того, через використання посилань на джерела інформації речення перетворюються на складні синтаксичні конструкції з прямої і непрямой мови. Наприклад:

Abbas werde am Montag im ägyptischen Schalm el Scheich mit dem israelischen Ministerpräsidenten Ehud Olmert, dem ägyptischen Staatschef Husni Mubarak und dem jordanischen König Abdullah II. zusammenkommen, sagte ein Präidentensprecher. (BZ, 22.06.07)

"Це питання також обговорювалося в Верховній Раді, велика частина коаліції підтримує такий сценарій і він може бути прийнятий", — додав він, зауваживши, що закон про концесії "Одеса — Броди" може бути прийнятий протягом місяця після отримання згоди всіх зацікавлених сторін. (День, 31.01.07)

У німецьких і українських інформаційних статтях домінує офіційно-діловий стиль. Як показав зіставний аналіз обох медіапрактик, автори вдаються до застосування стилістичних фігур. Це певною мірою спростовує стереотипне твердження про те, що в інформаційних статтях стилістичні тропи не використовують. Звичайно, їх кількість незначна порівняно з аналітичними чи художньо-публіцистичними жанрами. Така мала кількість тропів обумовлена провідною функцією цього жанру — інформувати. Подібно до замітки у

журналістів немає багато часу і потреби стилістично вишукано подавати матеріал.

Одну з причин використання стилістичних тропів у цьому жанрі вбачаємо в проникненні елементів авторського суб'єктивізму. Ця тенденція притаманна більшою мірою українській інформаційній статті, де журналісти вдаються до вживання модальних слів і словосполучень на кшталт *схоже, скоріше за все, без сумніву* тощо. За канонами журналістики, подібного подання інформації в інформаційній статті слід уникати (пор. [68; 580; 611]). Тому можна припустити, що суб'єктивна модальність обумовлена прагматичними цілями авторів, і це, очевидно, тенденція в сучасному текстотворенні новинних статей.

Серед стилістичних фігур найчастіше трапляються такі:

- епітети, наприклад, *bitterer Beigeschmack* (BZ, 26.06.07), *заморожені конфлікти* (День, 6.07.07), *вічна тема* (День, 31.01.07);
- метафори: *nahtlos fortfahren* (BZ, 26.06.07), *Nahost-Quartett* (BZ, 22.06.07), *das Tauziehen um <...>* (BZ, 21.06.07), *grünes Licht geben* (BZ, 09.06.07); *розійшлися шляхи партнерів* (День, 9.09.07);
- метонімії: *французькі праві* (День, 16.01.07), *у верхах Союзу* (День, 16.01.07);
- персоніфікації: *робить реверанси офіційний Мінськ* (День, 12.02.06), *Serbien entschuldigt sich bei Kroaten* (BZ, 25.06.07), *Gleichzeitig kursieren in Damaskus Ideen* (BZ, 9.06.07), *Україні пропонують самій відчинити двері до ЄС* (День, 24.01.07);
- порівняння: *In der Provinz Dijala bündeln sich die Probleme Iraks wie in einem Brennglas* (BZ, 20.06.07). *<...> gilt als Liebling des Westens* (BZ, 16.06.07) тощо.

Серед метафоричних переносів в українській інформаційній статті переважно використовують такі домени:

- військова справа: *кидати виклик* (День, 9.09.08), *табір* (День, 23.08.08), *скласти зброю* (День, 13.09.08);

- техніка: *коаліція під напруженням* (День, 9.09.08), *<...> може викликати напруження відносин із Китаєм* (День, 9.09.08);

- азартні ігри: *<...> виклали свої козири* (День, 6.01.07) тощо.

У німецькій інформаційній статті метафори походять головним чином з таких сфер:

- музика: *Nahost-Quartett* (BZ, 22.06.07);

- природа: *Die Verhandlungen über <...> lagen 13 Monate auf Eis* (BZ, 13.06.07), *Die Kämpfe waren <...> aufgeflammt* (BZ, 13.06.07) тощо.

Серед метонімії в обох медіакультурах домінують добре відомі територіальні та функціональні переноси, як-от: *ЄС – Брюссель, Франція – Париж, Росія – Кремль, Москва, США – Білий Дім, Вашингтон, Verfassungsgericht – Karlsruhe, das Weiße Haus – Regierung der USA, Bundeskanzlerin – Angela Merkel* тощо. Наприклад:

Das Weiße Haus wollte dies weder bestätigen noch dementieren. (BZ, 22.06.07)

Литва пообіцяла стати "адвокатом" Білорусі в її можливному діалозі з Європейським Союзом, у бік якого робить реверанси офіційний Мінськ, що посварився з Москвою. (День, 16.02.06)

Можна зазначити, що такі метонімічні переноси притаманні всім інформаційним зовнішньополітичним медіатекстам.

3.3.4 Невербальний аспект. Неодмінним складником сучасної інформаційної статті є її дизайн, тобто усі можливі графічні засоби при презентації вербальної частини. Такими графічними ознаками інформаційної статті виступають світлина, типографічне оформлення заголовків, цілого тексту, графіки, діаграми тощо. Цими семіотичними засобами редакції газет намагаються виділити ту чи іншу статтю.

В обох медіапрактиках інформаційні статті подаються зазвичай одним стовпчиком на правому або лівому краях газетної шпальти по 3–4 абзаци. Від

інших текстів їх відділяють вертикальні лінії. Для заголовків використовують переважно жирний збільшений шрифт.

У німецьких і українських медіапрактиках спостерігаємо відмінності при поданні світлин. Так, у *Berliner Zeitung* їх використовують у половині випадків, а в *Дні* – у двох третинах вибірки. Джерелами світлин в обох мовах є такі відомі інформаційні агентства, як *AFP* і *Reuters*.

У німецькій вибірці світлини завжди наводять з підзаголовками, середня довжина яких дорівнює 11,3 словоформи. Це переважно прості речення (53 %) або іменникові синтаксичні конструкції (46 %), хоча трапляються й складнопідрядні речення. Пропозиція підзаголовків світлин передає загальну тему статті, або містить коментар до фотографії, що супроводжує статтю. Наприклад, стаття *Mindestens 61 Tote bei Anschlag in Bagdad* (BZ, 20.06.07) подана зі світлиною міста, над яким здійснюється велика димова хмара з таким підзаголовком *Nach der Explosion zog eine riesige Rauchwolke über Bagdad*. Підзаголовок описує зображене, уточнюючи причину появи димової хмари і місце події (Багдад). Світлина із підзаголовком є тематичним продовженням заголовка самої статті. На це вказує використання означеного артикля перед словом *Explosion* (укр. вибух), яке імплікується згаданим у заголовку терактом.

В українській інформаційній статті світлини подають переважно без підзаголовків, спонукаючи реципієнта до самостійного висновку щодо побаченого. На фотографіях, зазвичай, зображені дійові особи повідомлення. Читач змушений здогадуватися, хто саме зображений на фотографії. Найбільш ефективним і економним, на нашу думку, видається такий спосіб, коли зображені особи згадуються у заголовку до статті, як-от:

Райс і Лавров розходяться щодо Косово (День, 8.07.07);

Яценюк і Лавров домовилися про комісію (День, 8.07.07).

Такий підхід доречний, коли йдеться про одну чи дві особи. У разі більшої кількості зображених осіб варто використовувати конвенційний підзаголовок-легенду з персональною ідентифікацією зображених осіб.

Як показав зіставний аналіз, часом про особу можна довідатися лише після ознайомлення з текстом. Трапляються випадки, коли в груповій світлині неможливо ідентифікувати зображених на ній осіб. Так, наприклад, стаття *Палестинці сформують уряд національної єдності* (День, 10.02.07) супроводжується світлиною із зображенням декількох осіб, а в тексті немає відомостей про них. Мабуть, редактори українського видання основну увагу приділили події, а не її безпосереднім учасникам. Це вважається порушенням конвенційних норм новинної медіапрактики, де все має бути перевірено й ідентифіковано.

3.4 Німецька й українська кореспонденції

Мета підрозділу – реконструювати фрактальну модель кореспонденції і встановити подібності / відмінності між німецькими й українськими зовнішньополітичними кореспонденціями в структурному, композиційному, синтаксичному, прагматичному та невербальному аспектах шляхом комплексного зіставлення складників цього виду текстів.

Матеріалом дослідження послуговували кореспонденції з розділу зовнішньої політики в щоденних провідних німецьких і українських газетах за 2002–2015 рр. Для статистичних підрахунків складено вибірку по 300 текстів з видань *Berliner Zeitung* і *День*. Такий обсяг матеріалу можна вважати репрезентативним, зважаючи на досить великий часовий зріз вибірки. Варто зазначити, що в кількісному плані за проаналізований час в українській газеті зафіксовано набагато менше кореспонденцій, ніж у німецькому виданні. Це, насамперед, обумовлено економічними реаліями газетної справи в Німеччині й Україні.

Досліджувані тексти є ситуативно еквівалентними паралельними текстами, оскільки вони відібрані в один часовий зріз із відповідних рубрик, які склалися редакціями згаданих вище газет і, відповідно, виконують

подібну роль у двох мовно-культурних середовищах, інформуючи читацьку аудиторію про зовнішньополітичні події в світі. Це дозволяє говорити про певну об'єктивність добору дослідницького матеріалу, що відображає газетну зовнішньополітичну "картину світу" двох медіакультур крізь призму кореспонденцій.

3.4.1 Попередні зауваги. Газетні кореспонденції досліджували в багатьох мовах переважно в одномовному культурному дискурсі в різнопланових аспектах (пор. [66; 68; 338; 474; 439; 520]). Зіставні аналізи проводилися, насамперед, на матеріалі англійської і німецької мов (пор. [526; 575]). Відсутність комплексних українсько-німецьких контрастивних студій кореспонденцій зумовлює актуальність цієї розвідки.

Кореспонденція (нім. *Bericht*) як вид медійного тексту належить до інформаційного жанру. Г. Бухер [310, с. 83] називає такі ознаки кореспонденції: 1) повідомити, що відбулося, 2) де це сталося, 3) коли це сталося, 4) як це сталося, 5) чому це сталося, 6) хто був при цьому задіяний, 7) як взаємопов'язані окремі аспекти події, 8) які наслідки має ця подія, 9) що передувало цій події, 10) в яких соціальних, 11) історичних, 12) політичних і 13) культурних зв'язках перебуває ця подія (пор. [474, с. 93]). Г. Бухер [310, с. 83] виокремлює серед них кореспонденції про подію (ознаки 7–9) і аналітичні кореспонденції (ознаки 10–13). Окрім цих двох підвидів виділяють ще цитатні кореспонденції, які складаються з цитат до певного факту. Загалом у кореспонденціях спостерігається поєднання ознак, які притаманні інформаційним і аналітичним медійним текстам (пор. [68, с. 154; 222]).

За Г. Люгером, кореспонденція, на відміну від замітки й інформаційної статті, розглядається як комплексна, більш різноманітна інформаційна публікація, в центрі уваги якої є певна подія, про яку докладно повідомляють, використовуючи цитати, коментарі, додаткові факти тощо. Внаслідок цього кореспонденція більша за обсягом за інші інформаційні медіатексти і вважається головним представником інформаційного жанру. Для

кореспонденцій характерна побудова за принципом спонукання до цілісного прочитання. Як слушно зазначає Т. Шредер [555], у цих медіатекстах не дотримуються принципу хронології, на початку часом наводять основну новину, а потім може простежуватися хронологія викладу матеріалу.

Структурно *кореспонденція* з фрактальної перспективи виглядає так (див. рис. 3.7):

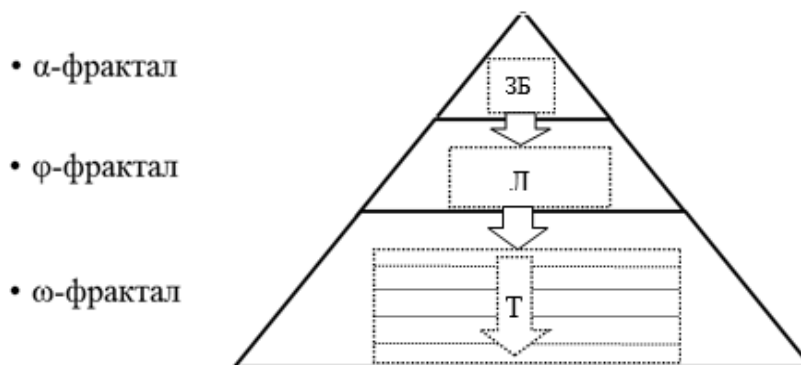


Рис. 3.7 Фрактальна модель кореспонденції

α -фрактал – заголовковий блок; ϕ -фрактал – лід; ω -фрактал – повідомлення про подію.

Досить цікавою розвідкою є спроба Т. Шредера індуктивно розглянути кореспонденції з прагматичного погляду [555]. Проаналізувавши їх тематичну структуру, він виділяє різноманітні варіанти кореспонденцій, які, у свою чергу, можуть мати свої підвиди. Спробуємо коротко їх окреслити.

Кореспонденція-конструкт (нім. *additiver Bericht*) складається з багатьох блоків різних коротких повідомлень про подію, об'єднаних однією темою. Цей вид корелює з заміткою про подію. Варіантами можуть бути:

- Кореспонденція з тематичним розкладанням (нім. *Gegenstandszerlegung*), коли на початку статті наводять лід-речення, де сконденсовано основну інформацію. У самому тексті можуть траплятися часом непов'язані уточнення. Це може свідчити про ситуативний цейтнот при створенні медійних текстів.

- Кореспонденція з тематичним переліченням (нім. *Gegenstandsreihung*), коли немає узагальнювального ліда, а в тексті наводяться тематично підібрані

повідомлення.

Кореспонденція-звіт (нім. *wiedergebender Bericht*), коли в основі лежить коротке повідомлення про виступ, який доповнюють додатковими відомостями. Типовими темами таких статей є доповіді, програми, засідання, дискусії тощо. Варіантами можуть виступати:

- кореспонденція з документальним перелічуванням, коли немає зв'язку між її частинами;
- хронологічна кореспонденція, коли автор орієнтується на часову послідовність виступів, думок тощо;
- структурована кореспонденція, коли на передньому плані не хронологія висловлювань, а їх зміст. Тобто, тут журналіст більше аналізує виступи та групує їх за певною логікою.

Тематична кореспонденція (нім. *thematischer Bericht*), у центрі уваги якої перебуває вельми актуальна тема. Т. Шредер виділяє такі варіанти:

- Кореспонденція з поділом на висловлювання, коли автор підбирає до теми висловлювання різних політиків, фахівців тощо.
- Кореспонденція з тематичним поділом, коли наводять блоки з різними аспектами головної теми. При цьому блоки побудовано або за хронологією, або за релевантністю.

Кореспонденція-опис (нім. *schildender Bericht*), коли в основі лежить динамічна подія з перспективи спостерігача. При висвітленні новини орієнтуються на хронологію події. На початку подається опис епізоду події (зазвичай, найважливішого), альтернативно може наводиться опис місця події або настроїв до події, а не лід. Цей підвид наближається до репортажу.

Кореспонденція з прикладом (нім. *exemplarischer Bericht*). Для цього варіанту характерне поєднання безпосереднього спостереження і наведення підґрунтя події. Відповідно, кореспонденція з прикладом поєднує опис і наратив. Цим вона наближається до аналітичної статті і запозиченого з США

жанру, який отримав назву англ. *feature* (пор. [55; 229; 361]). Варіантами цього виду кореспонденції можуть бути:

- кореспонденція від конкретного до загального (нім. *exemplarische Nahaufnahmen*), де спочатку наводять конкретний випадок, а потім відбувається узагальнення ситуації;
- кореспонденція з чергуванням перспектив (нім. *eingebettete Einordnung*), яка характеризується багаторазовою зміною безпосередньої перспективи та наведенням підґрунтя події.

Аналітична кореспонденція (нім. *analysierender Bericht*), яка поєднує інформування і коментування. Тут повідомляють про розвиток, проблеми та підґрунтя події. Т. Шредер виділяє такі її варіанти:

- доказовий аналіз (нім. *belegende Analyse*) подібний до інтерпретувальної замітки: на початку теза, яку потім підтверджують доказами;
- аналіз із висновками (нім. *schlussfolgernde Analyse*) йде від фактів, пояснень, спостережень до висновку наприкінці кореспонденції.

Попри те, що запропонована типологія кореспонденцій Т. Шредера досить деталізована, деякі варіанти кореспонденцій перегукуються і межі між ними досить умовні, що зазначає й сам автор. Тому, на нашу думку, варто враховувати й дедуктивний підхід, щоб не "загубитися" в розмаїтті конкретних екземплярів кореспонденцій.

Отже, досліджувані кореспонденції – це великі за обсягом тексти інформаційного спрямування про актуальні зовнішньополітичні події, проблеми, для яких характерна побудова за принципом спонукання до цілісного прочитання.

3.4.2 Макроструктура кореспонденції. У результаті зіставного аналізу німецьких і українських кореспонденцій були встановлені їхні структурні одиниці.

Типова німецька кореспонденція складається з таких елементів: 1) надзаголовок; 2) заголовок; 3) підзаголовок; 4) вказівки на автора;

5) локальної вказівки; 6) світлини із зазначенням джерела, а також текстом-підзаголовком; 7) основного тексту; 8) проміжних заголовків.

Для типової української кореспонденції характерна менша кількість складових частин: 1) заголовок; 2) підзаголовок; 3) світлина із зазначенням джерела; 4) вказівка на автора статті; 5) основний текст.

Окрім того, в українській медійній практиці кореспонденцію супроводжують типографічно виділені фахові коментарі, утворюючи, за термінологією І.М. Колегаєвою, мегатекст як гетерогенне текстове утворення [125]. У німецькомовній медійній практиці можлива експліцитна відсилка на журналістський коментар, який зазвичай розташовують на спеціально відведеній шпальті.

Наведений перелік компонентів в обох мовах відображено в типовій послідовності. Лише невербальний складник – світлина – може розташовуватися одразу після заголовка або інтегруватися в текст. Це, як правило, залежить від обсягу тексту, а також від традицій видання. Крім того, для кореспонденцій, як і інформаційних статей, характерні певні невербальні, графічні ознаки.

Отже, німецька й українська медіапрактики використовують у кореспонденціях подібний набір структурних компонентів, які мають схожу архітектоніку. Відмінність спостерігаємо у використанні німецькими журналістами дейктичної координати місця події, світлин з підзаголовками та надзаголовків у разі відсутності підзаголовків. Проміжні заголовки в українських кореспонденціях трапляються поодинокі (лише в 7 % вибірки), в німецьких цей показник складає 43 %. Це може свідчити про те, що німецькі кореспонденції більш структуровані, ніж українські. Завдяки цьому адресату надається можливість швидко охопити загальний зміст статті через ключові слова, виведені в заголовках.

3.4.2.1 α -фрактал кореспонденції. До нього відносимо такі компоненти, як надзаголовок, заголовок, підзаголовок, вказівку на автора статті, а також місце події в німецькій вибірці. Усі вони передують основному

тексту статті, виділені графічно та надають вихідну, головну інформацію про зміст публікації. Сюди можна віднести заголовок газети з датою і номером газети, заголовок рубрики, оскільки вони наводять загальні дійктичні дані щодо кожного конкретного тексту. Розглянемо складові елементи проаналізованих текстів.

У кореспонденціях німецьких друкованих мас-медіа, на відміну від українських, часом використовують надзаголовки. Вони зафіксовані лише в 7 % вибірки. Надзаголовок виділяється, як правило, прописними літерами і жирним шрифтом. Функція надзаголовка полягає в загальній орієнтації читача щодо змісту тексту. Г. Бургер [315, с. 116] вказує також на такі функції, як нагода та зовнішні обставини. У німецькій медіапрактиці трапляються топонімічні надзаголовки, як-от: *Irak, Syrien, USA* або за ключовим словом, наприклад, *Staatenbund*. Вони слугують загальним орієнтиром для читача і впливають на структуру заголовкового комплексу статті. У разі їхнього використання журналіст через принцип мовної економії не наводить підзаголовки. Подібна тенденція зафіксована й в інформаційних статтях.

Центральним компонентом α -фрактала кореспонденції є головний заголовок (пор. [213; 543 та інші]). У заголовку кореспонденції, на відміну від замітки й інформаційної статті, адресант намагається подати не просто інформаційне ядро повідомлення, а й задіяти функцію привернення уваги читача через образне кодування головної новини тексту. Адже чим більший обсяг тексту, тим більше в ньому інформаційних квантів, тому відбувається певне когнітивне узагальнення змісту. Це досягається різноманітними стилістичними прийомами: метафорою, метонімією, алюзією, порівнянням, фразеологізмами, каламбуром тощо, наприклад:

Кремль почав пошук виходу з пастки (День, 18-19.09.15),

Кульбіти в торгах на азійських ринках (ГУ, 11.09.15),

Чорноморські важелі (День, 02.11.06),

Der Herbst des Pharaos (BZ, 02.02.07),

„Offener, toleranter, moderner“ (BZ, 13.02.07),

Der ganz normale Ausnahmestand (DT, 20.10.15).

З подібних інтригуювальних заголовків читачеві важко точно визначити, про що саме йдеться в тексті. Тут активується образне мислення читача, коли зміст передається сугестивно. Лише прочитання усього тексту розкриває здогадки про закодовану новину заголовка. Тобто заголовок кореспонденції можна розглядати як певний гештальт тексту, в якому образно згорнута уся інформація.

З синтаксичної точки зору в українській медіапрактиці трапляються три типи заголовків, які можуть бути оформлені простими, складнопідрядними та номінативними реченнями. Номінативні речення складають переважну більшість заголовків (63 %) за такими схемами: Adjektiv + Substantiv, Substantiv + Präposition + Substantiv + Substantiv_{Genitiv}, Substantiv + Substantiv_{Genitiv} + Nomina Propria. Наприклад:

Духовний контакт (День, 10.02.07),

Перемога дуету Давутоглу-Ердоган (День, 2.11.15).

Наступними за частотою (33 %) є заголовки, оформлені як прості речення, наприклад:

Буш опинився в ситуації Ющенко (День, 09.11.06),

Тетчер виповнилось би сьогодні 90 (День, 13.10.15).

Можливі також синтаксично ускладнені заголовки, наприклад:

"Катар: маленька країна, яка змусила світ поважати себе" (День, 19.03.09).

Наведений заголовок виражений складнопідрядним зв'язком, при цьому автор ще ділить заголовок на дві частини двокрапкою. Використання двокрапки досить поширена наразі практика в медіатекстах різних культур (пор. [546]). Ліва частина подає ключове слово (тема повідомлення), що може виступати надзаголовком, а права частина вводить інформаційне ядро новини (рема повідомлення). Двокрапка виступає тут засобом економії та робить заголовок стислим і влучним.

Середня довжина заголовка української кореспонденції складає 3,7 словоформ, що збігається з відповідним показником для інформаційної статті. При окремому аналізі кожного типу заголовка встановлені такі показники: номінативні речення – 2,8 словоформ, прості речення – 5,1 словоформа, складнопідрядні речення – 8 словоформ. Отже, простежуємо тенденцію до використання стислих заголовків, що відповідає нижній межі оперативної пам'яті людини (7±2).

Для німецьких заголовків кореспонденцій притаманні прості та номінативні речення. Серед них значно переважають номінативні речення (66,7 %). Простими реченнями виражені 33,3 % всіх заголовків. Як показує зіставний аналіз, в обох мовах простежується подібність розподілу заголовків кореспонденцій: домінують стислі, інтригуювальні номінативні синтаксичні конструкції (66,7 % і 63,3 %), а прості речення посідають другу позицію (33,3 %), як-от:

Die giftige Last der "Erika" (BZ, 12.02.07),

Ségolène Royal wildert im rechten Lager (BZ, 12.02.07).

Середня довжина заголовка німецької кореспонденції складає 4,6 словоформ, у простих реченнях – 5,7 словоформ, номінативних реченнях – 4 словоформи (див. табл. 3.10). Це дещо вище за українські показники. Однією з причин такої різниці вважаємо більшу аналітичність німецької мови, де є в розпорядженні артиклі та допоміжні дієслова.

Таблиця 3.10

Заголовки німецької й української кореспонденцій

Мова	Тип заголовка			Середня довжина заголовка (словоформи)
	НР (%)	ПР (%)	СПР (%)	
Німецька	66,7	33,3	0	4,6
Українська	63,3	33,3	3,4	3,7

Заголовок кореспонденції супроводжується в обох медіапрактиках підзаголовком. У німецькій мові підзаголовок зафіксовано в 93 %, а в українському – в 83 % (див. таблицю 3.11). У німецькій вибірці підзаголовок відсутній у разі використання надзаголовка. Цю тенденцію, як показує дослідження, спостерігаємо й в інформаційних статтях. Роль підзаголовка кореспонденції полягає у конкретизації центрального заголовка, наприклад, заголовок *Ein Sandkorn Hoffnung für die Westsahara* має підзаголовок *Direktverhandlungen mit Marokko unter UN-Aufsicht* (BZ, 19.06.07), або український заголовок *Знайомство прагматиків* має такий підзаголовок: *Яценюк побачив у Москві позитивні сигнали і конструктив* (День, 22.06.08). Отже, підзаголовок надає читачеві можливість після інтригуючого заголовка отримати більш деталізовану інформацію про тему публікації.

Таблиця 3.11

Підзаголовки німецької й української кореспонденцій

Мова	Синтаксичні типи підзаголовка				Середня довжина підзаголовка (словоформи)
	НР (%)	ПР (%)	СПР (%)	ССР (%)	
Німецька	4,4	77,6	4,4	6,7	11,4
Українська	0	76,6	3,3	3,3	7,5

Як показав синтаксичний аналіз підзаголовків німецьких кореспонденцій, їх можна поділити на 4 типи:

1) прості речення (77,6 %), наприклад:

Peking geht auf Distanz zu Putin (DT, 11.03.14),

Die Portugiesen stimmen mit großer Mehrheit für ein liberales Abtreibungsrecht (BZ, 13.02.07),

US-Koordinator rechtfertigt Verschärfung der Blockade (BZ, 27.04.07);

2) складносурядні речення (6,7 %), як-от:

Der Klimawandel bedroht die Ernährung von Millionen Chinesen – doch die Regierung zögert (BZ, 24.04.07),

Pjöngjang lenkt im Atomstreit ein, doch in Washington kritisieren die Falken bereits die erreichte Einigung (BZ, 14.02.07),

Der türkische Autor sieht sich bedroht, deutsche Politiker fordern von Ankara Aktionen gegen Rechts (BZ, 01.02.07);

3) номінативні речення (4,4 %), які зазвичай поєднують з іншими синтаксичними конструкціями, наприклад:

Russischer Präsident Putin provoziert die Großmacht auf Münchener Sicherheitskonferenz mit scharfen Attacken / Streit um Raketenabwehrsystem / Deutsche Politiker beunruhigt (BZ, 12.02.07);

4) складнопідрядні речення (4,4 %), як-от:

Insider befürchten, dass die Bush-Regierung nur noch einen Vorwand für den Angriff auf Iran sucht (BZ, 17.02.07).

Загалом, за нашими спостереженнями, у німецьких підзаголовках помітна тенденція до тезової подачі змісту кореспонденції. Це зумовлено, очевидно, тим, що читача спонукають до прочитання статті, наводячи лише інформаційну структуру цілого тексту.

В українських кореспонденціях підзаголовки зафіксовано в 83 % випадках. З синтаксичного погляду їх оформлюють переважно як прості речення, які йдуть після інтригуювальних заголовків, виражених номінативними реченнями (76,6 %), наприклад:

(З) *Духовний контакт*

(ПЗ) *Меркель пообіцяла Ющенку маяк-символ Євросоюзу*

(День, 10.02.07);

(З) *Нормальне русло*

(ПЗ) *Грузія й Росія обмінялися умовами нормалізації відносин*

(День, 03.11.06).

Підзаголовки зі складнопідрядними або складносурядними реченнями трапилися лише в 6,6 % вибірки. Варто зазначити, що у вибірці не зафіксовано

іменникових конструкцій у ролі підзаголовка. Підзаголовок української кореспонденції подібний заголовку замітки, де одним реченням передано основну думку повідомлення.

При зіставленні середньої довжини підзаголовка кореспонденції в обох мовах встановлено, що німецький підзаголовок значно довший за український: 11,4 до 7,5 словоформ у підзаголовку. Це підтверджує припущення про більшу інформативність підзаголовка німецької кореспонденції.

Спільною ознакою для кореспонденцій обох медіакультур є те, що заголовок удвічі коротший за підзаголовок: заголовок має 3,7 / 4,6 словоформ, а підзаголовок – 7,5 / 11,4 словоформи. Можна припустити, що це загальна текстотвірна тенденція побудови заголовка кореспонденції: стислий інтригувальний заголовок і інформативно насичений підзаголовок.

Особливістю німецького підзаголовка можна вважати використання одразу декількох синтаксичних конструкцій. Наприклад:

(3) *Aufklärung aus der Luft, Krieg am Boden*

(ПЗ) *AFGHANISTAN – Pünktlich zur angekündigten Taliban-Offensive entsendet Deutschland Tornado-Flugzeuge. So werde das Leben der Menschen sicherer, sagt der Verteidigungsminister. Kritiker bestreiten genau das.* (BZ, 08.02.07)

Автор цієї кореспонденції конкретизує інтригувальний заголовок спочатку поданням ключового слова статті AFGHANISTAN і передає основний зміст кореспонденції підзаголовком. Такий підзаголовок виглядає вже як коротке інформаційне повідомлення.

У кореспонденціях обох мов традиційно прийнято після заголовка зазначати автора. Ним виступає, як правило, один журналіст, хоча трапляються кореспонденції з подвійним авторством. Автор традиційно ідентифікований ім'ям і прізвищем, наприклад, *Микола СІРУК*, *"День"*, *Damir Fraas*. У німецькій медійній практиці перед власним іменем автора статті може використовуватися прийменник *von*, який експліцитно вказує на автора,

подібно англ. прийменнику *by*. У деяких німецьких виданнях, наприклад, *FAZ*, замість повного зазначення імені автора використовують скорочення.

У німецькій кореспонденції імена авторів переважно виокремлюють типографічно курсивом, а в українській вибірці – жирним шрифтом і горизонтальними обмежувальними лініями. Окрім того, відомості про автора в українській кореспонденції супроводжує вказівка про належність журналіста до газети або місце події, наприклад: *Богдан ОСАДЧУК, Берлін*.

Наступним складником α -фрактала кореспонденції є вказівка на місце події. Локальний маркер як постійний компонент кореспонденції притаманний німецькій медіапрактиці, наприклад, *Warschau, Paris, Berlin / München* тощо. Основна мета такої дейктичної координати полягає в конкретизації місця події, звідки прийшла новина.

Для української кореспонденції локальна вказівка не є типовим складником. Це пов'язано, в першу чергу, з тим, що українські видання не мають так багато власних кореспондентів за кордоном, як німецькі. В українській кореспонденції локальну вказівку наводять завжди разом з автором статті. У газеті *Голос України*, наприклад, її зазначають в кінці публікації, тобто для української медіапрактики це залежить від традиції видання.

3.4.2.2 ω -фрактал кореспонденції в обох мовах займає найбільшу площу – приблизно 90 % усієї публікації. Він складається з тексту повідомлення, побудованого переважно за хронологічним принципом. Хоча, як показує проведений аналіз, журналісти не завжди дотримуються згаданого принципу. Досить часто цей вид медіатекстів за своєю будовою нагадує інформаційну статтю, або має ознаки репортажу, що цілком корелює з висновками Т. Шредера [555] про кореспонденцію як жанр.

Середня кількість абзаців у німецькій кореспонденції складає 6,8, а в українській – 8,1 абзаців. Якщо ж врахувати, що підзаголовки німецької кореспонденції наближається до ліда, то в кількісному відношенні кореспонденції в обох лінгвокультурах майже однакові.

Аналіз довжини тексту кореспонденції за кількістю синтаксичних

конструкцій показав, що німецька кореспонденція дещо коротша за українську: 32,8 синтаксичних конструкцій в німецькій кореспонденції і 36,9 – в українській. Але наповнюваність абзаців при цьому в обох медіапрактиках виявилась однаковою: середній німецькій абзац має 4,7 речень, а український – 4,5 речень.

Результати синтаксичного аналізу досліджуваних медіатекстів наведені в таблиці 3.12 (див. табл. 3.12). Як видно з таблиці 3.12, у німецькій кореспонденції домінують прості (43,6 %) і складнопідрядні речення (39,8 %). Далі за частотою вживання слідує складносурядні (10,9 %), паратактично-гіпотактичні (3,4 %) та номінативні (3,4 %) речення.

Таблиця 3.12

Синтаксичні конструкції у ω -фракталі німецької й української кореспонденцій

Мова	Синтаксичні конструкції									
	ПР		СПР		ССР		ПГР		НР	
	%	с. д.	%	с. д.	%	с. д.	%	с. д.	%	с. д.
Німецька	43,6	11,6	39,8	20,2	10,9	20,13	3,4	22,89	2,3	3,5
Українська	37,8	13,8	44,9	21,5	10,2	21,7	6,8	28,9	0,3	6

В українській мові цей розподіл дещо інший: на першому місці виявилися складнопідрядні речення (44,9 %), далі йдуть прості (37,8 %), складносурядні (10,2 %), паратактично-гіпотактичні (6,8 %) та номінативні (0,3 %) речення. На відміну від німецької кореспонденції, в українських текстах домінують складнопідрядні речення.

Коефіцієнт лінійної кореляції між розподілами в обох мовах дорівнює 0,97. Це свідчить про подібний розподіл синтаксичних конструкцій в кореспонденціях обох медіапрактик. Незначна розбіжність виникає через різні показники простих і складнопідрядних речень.

Тест на χ^2 -квадрат і коефіцієнт взаємної спряженості Чупрова виявив статистично значущі показники в обох мовах. Так, для простих речень у

німецькій мові χ^2 -квадрат дорівнює 7,16 при $K = 0,06$, тобто тут спостерігається відхилення емпіричної величини від теоретично очікуваної. Окрім того, статистично значущий показник встановлено для номінативних речень ($\chi^2 = 17,36$, $K = 0,09$). В українській вибірці такі показники встановлено для паратактично-гіпотактичних ($\chi^2 = 11,90$, $K = 0,08$) і складнопідрядних речень ($\chi^2 = 5,55$, $K = 0,05$). Українські журналісти, як показує зіставний аналіз, схильні до використання складнопідрядних і паратактично-гіпотактичних речень. У німецьких кореспонденціях надають перевагу простим і номінативним реченням. Наприклад:

Він запевнив, що домовився з Лавровим приділити особливу увагу Чорноморському флоту Росії у Криму для того, щоб досягти результативних переговорів стосовно цієї теми найближчим часом.
(День, 18.04.07);

Und diesmal? Die Fachwelt ist uneins. (BZ, 04.05.07).

Варто зауважити, що показники середньої довжини всіх видів речень в українській кореспонденції вищі за німецькі: просте речення 13,8 до 11,6, складнопідрядне речення 21,5 до 20,2, складносурядне речення 21,7 до 18,5, паратактично-гіпотактичне речення 28,9 до 27,3, номінативне речення 6 до 3,6 словоформ. До виникнення такої різниці призводить часте використання німецькими журналістами асиндетичного сполучення, у той час як українські журналісти послуговуються ускладненими синтаксичними конструкціями, вставними словами тощо. Наприклад:

Досить дивним виглядає тезис Фіалка про, що ЄС не зацікавлений у приєднанні України до євроспільноти, бо це, мовляв, може дозволити південно-східним країнам на чолі з Польщею приймати рішення, які не відповідають інтересам країн-засновниць. (День, 16.06.07);

Das ist eine Schätzung, wahrscheinlich ist es viel mehr. (BZ, 28.04.07).

Особливістю української кореспонденції є її експліцитна інтертекстуальність з коментарями, на які посилаються наприкінці тексту. Тематика майже кожної другої української кореспонденції в газеті *День* продовжується в

коментарях експертів або учасників подій. Перехідними містками між власне кореспонденцією і коментарем виступають риторичні запитання автора як підсумок статті, на які відповіді слід шукати в подальших фахових коментарях. При цьому автори *Дня* часто експліцитно вказують на коментарі, наприклад:

Про це – у коментарі українського і російського експертів (День, 18.01.07).

Окрім розповідних речень, у кореспонденціях обох медіапрактик трапляються питальні та спонукальні речення. Так, у статистично проаналізованій німецькій вибірці трапилися чотирнадцять, а в українському – двадцять сім питальних речень. Це зазвичай риторичні питання, якими автори оживляють виклад матеріалу. Різниця обумовлена також тим, що українські журналісти використовують їх подекуди в ролі інтертекстуального маркера для зв'язку з наступними коментарями. Подібна практика з питальними блоками в українській медіакультурі притаманна жанру інтерв'ю.

Ще однією особливістю української кореспонденції є використання спонукальних речень. Українські журналісти послуговуються ними переважно у фінальній частині тексту для експліцитної відсилки до коментарів, наприклад:

Читайте про це в коментарях експертів (День, 10.01.07).

На відміну від інших інформаційних медіатекстів для кореспонденції з погляду тематичного розгортання характерна певна хронологічна послідовність викладу матеріалу і наявність фінальної частини, де автор робить підсумок, прогноз тощо. Для української кореспонденції в ролі такого висновку може виступати низка авторських питань, що скеровує читача до ознайомлення з коментарями, які наводять одразу після кореспонденції.

Проміжні заголовки. У текстах кореспонденцій обох медіакультур трапляються проміжні заголовки. Під ними розуміємо типографічно виокремлені синтаксичні конструкції в основному тексті, що тематично об'єднують декілька абзаців.

У німецькій вибірці проміжні заголовки використовують значно частіше,

ніж в українській (приблизно в пропорції 5 : 1). Проміжним заголовком може бути цитата, ключове слово, які оформляють іменниковою синтаксичною конструкцією або простим реченням. Наприклад:

Konfrontation vor dem Parlament (BZ, 26.04.07),

Frank-Walter Steinmeier ist Montag zu einem Besuch ins Baltikum gereist
(DT, 11.03.14),

Wie reagiert die Armee? (BZ, 02.02.07),

Експансія казахського капіталу (День, 27.01.07),

Проблеми (День, 02.11.06),

Право на вето (ГУ, 15.09.15).

В українській кореспонденції проміжні заголовки застосовують лише в розлогих текстах, а в німецькій – це досить поширена практика, адже проміжний заголовок значно спрощує орієнтування реципієнта в цілому тексті, виокремлюючи ключові поняття.

Аналіз кінцевої частини досліджуваного варіанта інформаційного медіажанру в обох мовах виявив деякі особливості. Німецька кореспонденція завершується, як правило, підведенням підсумків, прогнозом тощо. В українській же кореспонденції журналісти вдаються до експліцитних елементів інтертекстуальності, коли адресата відсилають до інших текстів у цьому ж номері газети, насамперед, до коментарів фахівців, компетентних осіб тощо. Такі коментарі подаються як окремі самостійні текстові одиниці, що слідує за кореспонденцією.

3.4.3 Мікроструктура кореспонденції. У німецьких і українських кореспонденціях домінує офіційно-ділова та нейтральна лексика. Зовнішньополітична тематика досліджуваного жанру впливає на його лексичне наповнення. Головним чином, це зрозуміла пересічному німецькому й українському читачам лексика. Поруч з цим у проаналізованих текстах зафіксовані лексичні одиниці, які відносять до високого та розмовно-побутового стилів. Якщо перший вид лексики (наприклад, нім. *eliminieren*, укр.

імплементація, readмісія тощо) вимагає від адресата певних фонових знань, то другий (наприклад, нім. *das Aus, die Schlappe, auf Nimmerwiedersehen verschwinden, Tribut zollen*, укр. *такі круті, ввижатися* тощо) зрозумілий пересічному носієві мови.

Поєднання лексики цих двох функціональних стилів зумовлене проміжним положенням цього виду текстів між офіційністю і буденністю (пор. [166, с. 270; 228, с. 101; 145]). Намагаючись передати сухі офіційні факти, адресанти вдаються до використання розмовно-побутової лексики для урізноманітнення викладу матеріалу та зацікавлення читацької аудиторії. Розмовні вислови часом влучніше й яскравіше передають оцінку, ставлення автора до подій, учасників тощо, ніж це буде зроблено в інший спосіб. Таким чином, через різноманітне лексичне наповнення кореспонденції стають зрозумілішими та привабливішими для читача.

Кореспонденціям в обох мовах притаманні стилістично "насичені" заголовки. Це стосується, насамперед, головного заголовка, який візуально привертає увагу реципієнта більшим розміром шрифту. Домінують при цьому заголовки-загадки, коли зміст публікації не зовсім зрозумілий для читача. Журналісти тут часто вдаються до використання метафор, порівнянь, алюзій, фразеологізмів, прецедентних виразів тощо. Наприклад:

- (1) *Wenn Eiche und Margerite sich kreuzen* (BZ, 24.04.07);
- (2) *Ein Fass ohne Boden* (BZ, 13.04.07);
- (3) *Долар на хліб не намажеш* (День, 24.03.09);
- (4) *"Перезавантаження" у Мюнхені* (День, 10.02.09).

Зацікавившись заголовком, читач може дещо привідкрити для себе тему новини, якщо прочитає підзаголовок кореспонденції. Наприклад, після заголовка (1) йде підзаголовок: *Parteifusion soll Italiens Mitte-Links-Kräfte bündeln*, а для (4) *Чи готова Європа та Росія до нової ери співпраці зі США?* Як видно з наведених прикладів, заголовки лише інтригує, не даючи жодної конкретної інформації, а вже підзаголовки дає можливість зрозуміти, про що йдеться в кореспонденції.

У кореспонденціях, подібно інформаційним статтям, трапляються політичні й економічні аббревіатури. Певні труднощі в українській вибірці створюють поряд із загальновідомими аббревіатурами, наприклад, *ЗМІ, МЗС, НАТО, ООН, СНД, СОР*, скорочення, які можна віднести до спеціальної політичної, економічної фахової лексики і які не завжди пояснюються в тексті, наприклад, *ОЧЕС* (Організація Чорноморського економічного співробітництва). У німецькій медіапрактиці частотними скороченнями є *G8, G7, CDU, SPD, EU, UN, UNICEF, USA* тощо. Вони добре відомі пересічному німецькому читачеві, хоча часом їх розшифровують одразу після першого згадування. Це, насамперед, скорочення німецьких партій, назв інтернаціональних військових утворень або англomовні аббревіатури, наприклад:

Im gleichen Jahr wurde bei der UNO eine Entschädigungskommission, die UNCC, gegründet. (BZ, 13.04.07);

Außenminister Frank-Walter Steinmeier (SPD) fliegt am Dienstag zu Gesprächen in die drei baltischen Staaten, in denen die Krim-Krise große Besorgnis ausgelöst hat (DT, 11.03.14).

Зі словотвірного погляду для зіставлених медіапрактик характерне активне використання складних слів. В українській мові це такі лексеми: *євроспільнота, євроінтеграція, євროзона, бізнес-форум, бізнес-коло* тощо. У німецькій мові трапляються складні слова-новоутворення, де нова лексема утворюється поєднанням двох і більше слів-коренів через дефіс, наприклад, *CDU-Politiker, Kopf-an-Kopf-Rennen, Nach-Mubatek-Zeit, Sechs-Parteien-Gespräch*.

У німецьких й українських кореспонденціях, на відміну від інших варіантів інформаційного жанру, журналісти активно застосовують різноманітні стилістичні фігури. Одну з причин цього можна вбачати у проникненні елементів авторського суб'єктивізму. Окреслена тенденція більшою мірою притаманна українській кореспонденції, де автори часто вживають вставні модальні слова і словосполучення на кшталт *певна річ, примітно, очевидно, видається, сумнівно, на жаль*. У німецькій кореспонденції авторська

модальність передається лексично й синтаксично через вживання умовного способу й модальних дієслів. Суб'єктивізм обумовлений інтенцією авторів публікацій та проникненням елементів аналітики в інформаційні медіатексти. Загалом суб'єтивна модальність, очевидно, є сучасною тенденцією в текстотворенні інформаційного жанру.

До найчастотніших стилістичних троп у кореспонденціях належать:

- епітети: *mit stolzen 18,6 Prozent* (BZ, 26.04.07), *kriegerische Gewalt* (BZ, 12.02.07), *скупо коментують* (День, 11.01.07), *реальний прагматизм* (День, 16.06.07), *ліберальна пісенька* (День, 24.03.09);
- метафори: *bittere Pillen schlucken* (BZ, 12.06.07), *auf der politischen Bühne* (BZ, 2.02.07), *im Geist der Partnerschaft* (BZ, 12.02.07); *цим мистецтвом оволодів президент* (День, 10.01.07), *зійти на вершину влади* (День, 14.02.2007), *на уламках СРСР* (День, 27.01.07);
- метонімії: *der Mann der Mitte* (BZ, 26.04.07), *für die vielen Seelen* (BZ, 24.04.2007), *тиск Кремля* (День, 10.01.07);
- порівняння: *Galionsfigur* (BZ, 01.02.07), *sich erweisen als Bumerang* (BZ, 8.02.2007), *як лакмусовий папірець* (День, 14.06.07) тощо.

Серед метафор в українській медіапрактиці використовують переважно семантичні перенесення з таких доменів, як:

- фонетика: *найбільший наголос зробив на <...>* (День, 16.05.07), *набирати <...> акценту* (День, 27.06.07);
- альпінізм: *зійти на вершину влади* (День, 14.02.07),
- фізика: *може викликати напруження відносин із Китаєм* (День, 9.09.08);
- транспорт: *основи дорожньої карти* (День, 10.02.07), *відкриває шлях до початку переговорів* (День, 16.06.07);
- погода: *діловий клімат Казахстану й України* (День, 1.01.07), *співпраця затьмарилася подіями* (День, 16.06.07);
- комп'ютер: *<...> і ми форматуємо, яким чином буде проведена*

наступна конференція (День, 27.01.07).

У німецькій медіапрактиці метафоричні переноси походять головним чином з таких доменів:

- природні явища: *keinerlei Gegenwind erwarten* (BZ, 2.01.07), *den Öl-Fluss stoppen* (BZ, 10.01.07);
- медицина: *bittere Pillen schlucken* (BZ, 12.06.07);
- військова справа: *ins Kreuzfeuer der Kritik geraten* (BZ, 1.02.07).

Серед метонімії домінують стандартні територіальні та функціональні перенесення, як-от: *ЄС = Брюсель, Мінськ = Білорусь, Росія = Кремль, Москва, Першопрестольна, США = Білий Дім, Вашингтон, das Weiße Haus = Regierung der USA, Bundeskanzlerin = Angela Merkel*. Наприклад:

<...> *er* <...> *Kontakte zu Teheran nutzen würde* <...> (BZ, 2.02.07)

In Riad wachsen mit der Wut über den kleinen Nachbarn Katar aber offensichtlich auch Zweifel an der eigenen Syrien-Politik. (DT, 11.03.14)

<...> *Брюсель і чути не хоче про* <...> (День, 8.02.2007)

<...> *Kiїв виступає проти створення наднаціональних органів ЄП.* (День, 18.04.07)

Нерідко в українській кореспонденції редакція вдається до використання екзотизмів, наприклад, *фрау* (з нім. *Frau* "пані"), *башкан* (з гагаузької "голова", назва найвищої посадової особи в Гагаузії) тощо. В німецькомовних зовнішньополітичних кореспонденціях таких випадків не зафіксовано.

В обох медіапрактиках спостерігається часте використання фразеологізмів у широкому розумінні. У німецькій мові це переважно сталі словосполучення, як-от: *das Amt antreten, auf die Beine stellen, ein Dorn im Auge, den Hut nehmen, Haftbefehl erlassen, zur Sache gehen, reich und arm, Zähne zeigen, aufs Spiel setzen, in Frage kommen, Gebrauch machen, in Kraft treten, im Weg stehen, jm den Schwarzen Peter zuschieben, den Posten bekleiden* тощо. Наприклад:

Ein unabhängiges Kosovo komme für Serben nicht in Frage. (BZ, 8.02.07)

Derweil schoben sich Weißrussland und Russland gegenseitig den

Schwarzen Peter im Energiestreik zu. (BZ, 10.01.07)

В українській мові часто трапляються сталі словосполучення, як-от: *у мирі й злагоді, стояти на першому місці, від гріха подалі, ставати чинними, камінь спотикання, дати старт, ставити палиці в колеса* тощо. Наприклад:

Тривалий час живучи з Москвою в мирі й злагоді, він не зміг підготувати країну до високих цін на енергоносії. (День, 10.01.07)

Автори кореспонденцій обох медіапрактик активно послуговуються запозиченнями, насамперед, з англійської мови, як-от: укр. *месидж, саміт, імідж, консенсус, праймеріз, промоція*, нім. *boomen, der Blogger, das Camp, clever, der Insider, das Team, der Trend, zu einem Deal fähig*. Наприклад:

<...> man halte den innenpolitisch angeschlagenen Olmert kaum fähig zu einem Deal. (BZ, 9.06.07);

<...> що серйозно й надовго підірвало б імідж країни у цілому світі. (День, 14.07.07);

Міська влада Вроцлава працює над промоцією свого міста. (День, 23.01.07).

Трапляються випадки, коли вживання деяких запозичень видаються не зовсім доречним, як це, наприклад, видно в останньому прикладі. Тут відчувається іншомовний вплив на українську мову. Адже зазначена лексема поширена в англійській, німецькій та польській мовах. Перебуваючи в Польщі, український журналіст під впливом польської мови застосував її в своїй публікації.

У німецько- й українськомовних кореспонденціях використовують різні синтаксичні стилістичні фігури: анафора, еліпс, парцеляція, градація, апосіопеза, прикладка, парентеза, риторичне питання тощо. Внаслідок цього довжина речення може сягати тридцяти та більше словоформ. Окрім того, через конвенціональні посилання на джерела інформації речення перетворюються на складні синтаксичні конструкції з прямою і непрямою мовою. Наприклад:

Schimon Peres, Vizepremier, Mitglied der von Olmert geführten Kadima-

Partei und erfahrenstes aller Regierungsmitglieder, stellt sich hingegen vor den Premier und betont: "Wir haben eine kollektive Verantwortung."

(BZ, 2.05.07);

<...> *Und diesmal?* <...> (BZ, 24.05.07);

<...> *Саме тому Протокол ратифікували всі без винятку держави-члени організації. Всі, крім Росії.* (День, 11.01.07);

<...> *А поки що гра триває ...* (День, 18.03.09);

Новий тон у міжнародних відносинах, нова ера співпраці, нова архітектура безпеки з Росією <...>. (День, 10.02.09).

Найчастотнішим видом еліпсу в обох медіакультурах є практика використання двокрапки, яка дозволяє стисло й оперативно довести потрібну інформацію, як-от:

Die meisten von ihnen waren einst mit der letzten Hoffnung dorthin gezogen: Weg vom Land, weg von der Arbeitslosigkeit, weg auch von den Traditionen. (BZ, 28.04.07)

У цьому прикладі видно, як через економію часу й місця в кореспонденціях вдаються до поєднання декількох стилістичних фігур: анафори, градації та еліпсу.

3.4.4 Невербальний аспект. Кореспонденції в німецькій й українській медіапрактиці характеризуються порівняно з заміткою й інформаційною статтею більшими варіаціями невербального оформлення. Зазвичай їх розташовують у центральній частині шпальти поміж заміток й інформаційних статей, яким відводять крайні позиції. У кореспонденції використовують усі можливі невербальні елементи від простого дизайну до складних графіків, перетворюючи часом цей медіатекст на витвір мистецтва. Така різноманітність оформлення залежить насамперед від важливості матеріалу. Постійним атрибутом кореспонденції можна вважати світлину, на якій переважно зображують головного референта повідомлення.

У німецькій медіапрактиці прийнято типографічно виокремлювати у

різний спосіб проміжні заголовки та ключові словосполучення кореспонденції. Їх можуть подавати в рамці на фоні цілого тексту, додаючи тим самим нові атрактори інформаційного викладу, адже адресат звертає увагу, в першу чергу, на світлину і типографічно виокремлені вербальні частини – заголовковий блок.

В українській медіапрактиці спостерігаємо загалом менший асортимент невербального оформлення кореспонденцій. Це, очевидно, обумовлено фінансовими і технічними можливостями видавництва. Наприклад, в газеті *Голос України* як для загальнонаціонального видання використовують незвично малий формат (А 3) і це, відповідно, змушує видавців використовувати дрібний шрифт, щоб передати якомога більше матеріалу. Такий дизайн не завжди відповідає візуальним вимогам адресата. Про використання кольорових світлин, чи графіків тощо тут не приходиться говорити.

3.4.5 Інформаційний аспект. У сучасному медіапросторі все більше відчувається домінування глобальних й інтернаціональних тем, як-от: військові конфлікти, світова фінансова криза, тероризм, екологічні проблеми, біженці тощо. За Н. Луманом людство вже давно перетворилося на єдине світове комунікативне суспільство, де всі взаємопов'язані і взаємозалежні [477]. Не в останню чергу сприяють цьому засоби масової інформації, які щодня інформують громадськість не лише про локальні, а й про світові події. ЗМІ кожної країни висвітлюють події з різних політичних, економічних і культурно-соціальних перспектив.

Мета цього пункту – встановити особливості інформаційного висвітлення одного й того ж факту в німецькому й українському медійних дискурсах. Матеріалом аналізу слугували провідні щоденні газети *Berliner Zeitung* і *День*. При аналізі залучено також інші друковані видання для повноти досліджуваного дискурсу (пор. [504]).

Для зіставлення було взято друковані тексти одного газетного жанру, оскільки вони мають виконувати однакову роль в обох мовнокультурних дискурсах. Таким жанром обрано найбільш частотний газетний медіатекст "кореспонденція / Bericht", під якою розуміємо розгорнуту інформаційну газетну статтю, в якій адресант намагається повідомити адресата про певний факт, подію, відповідаючи при цьому на такі питання: *де, коли, як, чому щось сталося*.

Спільним для досліджуваних текстів були не тільки умови, ситуація і форма подачі інформації, а й тема повідомлення. Темою статей послуговувало офіційне відкриття однієї з гілок газопроводу "Північний потік", що дозволяє пряме постачання газу по дну Балтійського моря з Росії до Німеччини в обхід України та інших транзитних країн. У кореспонденціях перетинаються економічні інтереси Німеччини й України, що мають лінгвально виражатися в досліджуваних друкованих виданнях.

Ситуативний критерій. Обидві статті вийшли друком майже одночасно: німецька стаття надрукована 8 листопада, а українська – 9 листопада 2011 року. Сама подія – це офіційне відкриття газопроводу в містечку Любмін на півночі Німеччини за участю високопосадовців Німеччини, Росії та інших країн – відбулася 8 листопада 2011 року. Отже, в першому випадку кореспонденція написана до самої урочистості, що виражено іменниковою конструкцією *am heutigen Dienstag*, а друга – після згаданої події, що виражено прислівником *учора*. Журналісти обох статей не були присутні на самій церемонії і використовували дані неназваних агентств і джерел. Після виходу зазначених кореспонденцій редакції зіставлених друкованих видань більше не поверталися до згаданої події.

Німецька кореспонденція (див. нижче) розміщена в розділі *Політика* на 6 сторінці по центру зверху і займає близько 50 % загальної площі газетної шпальти (499 словоформ). Цим вказується на важливість зазначеної новини. Хоча про неї жодним чином не згадано на титульній сторінці газети, що характерно для вельми актуальних подій. Центральною темою на цей день

виявилася внутрішньополітична подія, а саме: блокування партією СДПН податкової реформи А. Меркель, якій присвячені передова стаття, коментар і низка статей на 5 сторінці. Інтернаціональною темою першочергового значення були цього дня фотостаття, присвячена китайському митцю А. Вайваю, який за критику уряду має сплатити великий штраф, і замітка про політичний стан Греції та Італії у зв'язку з фінансовою кризою.

(3) *Putins Pipeline*

(ПЗ) *Kanzlerin Angela Merkel und Präsident Dmitri Medwedew eröffnen die lange umstrittene Nordstream-Trasse*

(AM) *von Frank Herold*

1 A (1) *Großer Auftrieb im kleinen Lubmin an der Ostseeküste. (2) Am heutigen Dienstag nehmen Bundeskanzlerin Angela Merkel und der russische Präsident Dmitri Medwedew den ersten von zwei Strängen der lange umstrittenen Erdgas-Pipeline durch die Ostsee offiziell in Betrieb.*

(3) Die Nordstream-Trasse transportiert den Rohstoff aus Westsibirien durch die Ostsee in eine Reihe von EU-Ländern. (4) Es ist das bedeutendste europäische Energieprojekt der letzten Jahre.

2 A (5) *Deutschland werde durch die von der Bundesregierung beschlossene Energiewende in den kommenden Jahren verstärkt auf Erdgas als umweltfreundlichen Energieträger angewiesen sein, würdigte Eckhard Cordes, Chef des Ostausschusses der deutschen Wirtschaft, das Projekt. (6) Insgesamt können mit dem Gas aus dieser Pipeline bis zu 26 Millionen Haushalte versorgt werden.*

3 A (7) *Der Bau von Nordstream hatte im April 2010 in der Portowaja-Bucht bei Wyborg Nahe der russisch-finnischen Grenze begonnen. (8) Mit dieser Trasse kann Russland erstmals unter Umgehung der Transitländern Weißrussland, Ukraine und Polen Erdgas direkt bis nach Westeuropa pumpen. (9) Der staatliche russische Energiemonopolist Gazprom ist mit 51 Prozent Hauptegner der Pipeline-Gesellschaft. (10) Außerdem sind die BASF-Tochter Wintershall, der Versorger Eon Ruhrgas, die*

niederländische Gasunie und der französische Konzern GDF Suez an dem Projekt beteiligt.

4 A (11) Erste Überlegungen für die Ostsee-Trasse hatte es bereits vor mehr als einem Jahrzehnt gegeben. (12) Lange jedoch mussten die Verantwortlichen gegen ökologische Bedenken und politischen Widerstand ankämpfen. (13) Über beides setzen sich der damalige Bundeskanzler Gerhard Schröder und Wladimir Putin, seinerzeit russischer Präsident, hinweg. Sie unterzeichneten 2005 in Berlin eine Absichtserklärung zum Bau der Pipeline. (14) Auch Schröder wird am heutigen Dienstag in Lubmin dabei sein. (15) Er war unmittelbar nach vorgezogenen Neuwahlen aus der Politik in die Führung des Nordstream-Konsortiums gewechselt.

5 A (16) Die Prüfungen zur Umweltverträglichkeit zogen sich hin – in Schweden noch bis zum Herbst 2009. (17) Im Finnischen Meerbusen und bei der Insel Bornholm musste die Trassenführung mehrmals umgeplant werden. (18) Heftige Kritik kam aus den baltischen Staaten, vor allem aber aus Polen und der Ukraine. (19) Letztere hätten eine Leitung vorgezogen, die im Transit über das Territorium ihrer Länder führt. (20) Doch die ukrainische Regierung lieferte selbst das entscheidende Argument gegen eine solche Lösung, als sie im Winter 2009 die russischen Erdgaslieferungen nach Westeuropa über Wochen sperrte.

6 A (21) Nach dieser Blockade war der politische Widerstand gegen Nordstream im Westen zusammengebrochen. (22) Einzig Polen führt derzeit noch ein Nachhut-Gefecht. (23) Die Stettiner Hafengesellschaft hat im Frühjahr beim Hamburger Verwaltungsgericht Klage gegen die Trasse eingereicht. (24) Sie liege zu flach und behindere so die Zufahrt nach Swinemünde für Schiffe mit großem Tiefgang, lautet die Begründung. (25) Polen baut – als Antwort auf Nordstream – in Swinemünde gerade einen Terminal für Flüssiggastanker. (26) In der ersten Instanz sind die Stettiner bereits gescheitert.

7 A (27) *Mit der Fertigstellung des ersten Stranges liegt Nordstream weit vor dem Nabucco-Projekt, das weithin als Konkurrenz zu der Gazprom-Investition angesehen wird. (28) Für Nabucco sind Anfang Oktober gerade einmal die Angebote an den Erdgas-Lieferanten Aserbaidshan unterbreitet worden, der bis zu zehn Milliarden Kubikmeter jährlich bereitstellen will. (29) Derzeit sind vier weitere Projekte in der Planung. (30) Auch hier ist Gazprom engagiert: Mit einer Trasse durch das Schwarze Meer bis zum Balkan.* (BZ, 8.11.11)

Подібна оцінка зазначеної події зафіксована і в інших німецьких друкованих виданнях. У щоденній газеті *Frankfurter Rundschau* використані ті ж самі статті з деякими змінами в заголовковому комплексі, що й в *Berliner Zeitung*, оскільки обидві газети мають спільну редакцію DuMont-Redaktionsgemeinschaft. Тут редактори лише додали спільний надзаголовок *Energiesicherheit* та інформаційну заголовок-замітку *Deutschland und Russland feiern ihr großes gemeinsames Projekt. Die Nachbarn der Unterwasser-Röhre fühlen sich ausgeschlossen* (укр. *Німеччина і Росія святкують спільний великий проект. Сусіди підводних труб почувають себе відстороненими*). Цим редактори підкреслили економічний складник зазначеного двостороннього проекту.

В іншій щоденній газеті *die tageszeitung (taz)*, яку вважають незалежним виданням лівого політичного спрямування, за 8.11.2011 надрукована підбірка з однієї замітки і двох статей на четвертій сторінці під рубрикою *Schwerpunkt* із єдиним загальним надзаголовком *Energie* і стислою інформаційною заміткою про факт самої події. Одна стаття власного кореспондента з Москви детально характеризує російський концерн і має символічну назву *Das Rohr zum Westen* (укр. *Труба на Захід*), створюючи певну паралель до крилатого виразу "вікно в Європу". Певні асоціації викликає і використана світлина, на якій зображено тягач з трубою великого діаметру, скерованою на Захід. Подібні тягачі використовують при транспортуванні наземних крилатих ракет. Одна з можливих асоціацій при цьому – підкорення Заходу за допомогою газу як зброї. У другій кореспонденції розглянута детально економічна ситуація з

газопостачанням до Німеччини. Варто зазначити, що лише *taz* запропонувала читачам найбільш критичний матеріал. Багато друкованих видань взагалі проігнорували цю подію. Так, у *Frankfurter Allgemeine Zeitung* за 8.11.2011 редакція наводить лише на 16 сторінці у рубриці *Unternehmen* статтю-портрет, присвячену голові Газпрому О. Міллеру.

На відміну від німецького інформаційного простору в україномовному медійному дискурсі відкриття газопроводу викликало великий резонанс. Ця подія належить до вельми актуальних новин, на що вказує її розміщення в друкованих виданнях. У газеті *День* перша вказівка на цю подію є вже на титульній сторінці, де в нижній частині шпальти великими літерами наведені заголовки і підзаголовки кореспонденції (див. нижче). Основна ж частина статті розташована на 5 сторінці в рубриці *Економіка*, на що вказано експліцитно на титульній сторінці: *продовження теми на 5-й сторінці*. Кількість словоформ в українській кореспонденції 461 дещо менша за німецьку 499. Отже, редактори української газети оцінили зазначену новину як головну економічну подію на цей день.

(НЗ) ***Факт і коментарі***

(З) ***Про головну інтригу «Північного потоку»***

(ПЗ) ***Експерти «Дня»: Росії не вдасться позбутися залежності від української «труби» ще мінімум 10—15 років***

(АМ) Алла ДУБРОВИК, «День»

1 А (1) *Учора президент Російської Федерації Дмитро Медведєв та канцлер Федеративної Республіки Німеччини Ангела Меркель офіційно запустили російсько-німецьку газову магістраль «Північний потік».* (2) *Стартуючи з карельських боліт, «Північний потік» по мілководному дну Фінської затоки потрапляє в Балтійське море і «стикується» з територією Німеччини, обходячи країни-транзитери російського газу — Білорусь та Україну.* (3) *Як відомо, споруджувати «Північний потік» росіяни почали ще в 2005 році — після першого українсько-російського газового протистояння.* (4) *Однак вперше ідея*

цього проекту була озвучена ще у 1996 році. (5) Тож виходить, що від розмов до реалізації «Північного потоку» пройшло близько 16 років. (6) Виходить, що українські політики вкотре продемонструвала свою недалекоглядність, не врахувавши ризику «шредеризації» Європи, а головне, забувши одну із ключових істин ринкової економіки — світ конкурентний.

2 А (7) Потужність першої черги найдовшого в світі 1224-кілометрового морського газопроводу, за офіційними даними російської сторони, — 27,5 мільярда кубометрів в рік. (8) У цьому показнику закладена головна інтрига проекту — скільки газу по ньому отримуватимуть країни ЄС в обхід України, яка сьогодні постачає близько 80% російського газу на їх ринки.

3 А (9) Як повідомлялося раніше, прем'єр-міністр РФ Володимир Путін, перебуваючи на газокompресорній станції в районі міста Выборг, заявив, що із запуском «Північного потоку» Україна втрачає ексклюзивне становище країни-транзитера російського газу в Європу. (10) А слідом за заявою прем'єра глава «Газпрому» Олексій Міллер недвозначно натякнув, що Україні доведеться розпрощатися з «дармовим» газом. (11) «Наші українські колеги сіли в поїзд під назвою «дешевий російський газ», але не знають, на якій станції вийти, і не знають, що можуть заїхати у безвихідь», — сказав Міллер.

4 А (12) Утім, незважаючи на заяви російської сторони про успішний обхід транзитних держав, опитані «Днем» експерти не схильні вважати, що Україні варто побоюватися «Північного потоку» в найближчій перспективі. (13) Адже відкриття «Північного потоку» не позбавить Росію від необхідності користуватися українським транзитом. (14) Навіть з урахуванням «Блакитного потоку» — газопроводу між Росією та Туреччиною, прокладеного по дну Чорного моря. (15) Експерти стверджують: відкриття «Північного

поток» лише трохи знижує залежність Росії від України. (16) Українська ГТС все одно залишається найбільшим транзитером російського газу, і протягом 10—15 років навіть при найактивнішому намаганні влади Росії, з урахуванням усіх можливих нових ниток газопроводів, ця ситуація не зміниться. (17) Надто вже затратні проекти будівництва додаткових газотранспортних ниток навіть для Кремля, не кажучи вже про Європу.

5 А (18) Остання, до речі, досить обережно відреагувала на запуск газопроводу «Північний потік». (19) Зокрема, єврокомісар із питань бюджету та фінансового планування Януш Левандовський вважає, що цей проект насправді збільшує залежність європейських країн від одного постачальника газу — Росії. (20) За його словами, «Північний потік» є «пам'яткою епохи двосторонніх відносин» Росії та Німеччини. (21) У той же час Левандовський підкреслив, що 7 вересня Єврокомісія ухвалила документ про посилення координуючої ролі ЄС в енергетичних відносинах країн-членів із зовнішніми партнерами. (22) Такі заходи будуть зобов'язувати кожну країну ЄС інформувати про ведення переговорів перед підписанням енергетичних контрактів, подібних до німецько-російського. (День, 9.11.11)

Макроструктура. Макроструктурно досліджувана українська кореспонденція складається з: 1) надзаголовку (*факт і коментарі*), 2) світлини; 3) підзаголовку до світлини; 4) заголовку; 5) тексту статті; 6) географічної схеми газопроводу. Графічно до кореспонденції належать (7) чотири коментарі фахівців, які розташовані під загальним заголовком на темному фоні. Підзаголовки (8) з першої сторінки не повторюється, оскільки для коментарів використано свій окремий експліцитний заголовок – *Коментарі*.

На світліні агентства Рейтерс, що займає 25 % площі статті, зображено задоволених керманічів держав з членами офіційних делегацій під час символічного відкриття газового крану (див. рис. 3.8).

	
<p>dpa/Stefan Sauer</p> <p>Gewaltige Röhren am Strand. In Lubmin kommen die Stränge der Ostseepipeline aus dem Meer. Von dort geht es weiter durch Deutschland und bis nach Tschechien.</p>	<p>Фото РЕЙТЕР</p> <p>Президент Росії Дмитро Медведєв і канцлер ФРН Ангела Меркель під час офіційної церемонії запуску газової магістралі "Північний потік".</p>

Рис. 3.8 Світлини з підзаголовками
в зіставлених кореспонденціях *Berliner Zeitung* і *День*

З підзаголовку до світлини читач отримує відповіді на головні питання ХТО, ЩО і КОЛИ: *Президент Росії Дмитро Медведєв і канцлер ФРН Ангела Меркель під час офіційної церемонії запуску газової магістралі "Північний потік"*. Редакція використовує частковий повтор підзаголовка, що можна вважати інформаційно надмірним.

Паралельна німецька кореспонденція макроструктурно складається зі: 1) світлини; 2) підзаголовку світлини¹; 3) заголовку; 4) підзаголовку; 5) тексту статті; 6) інтегрованої в текст географічної схеми маршруту зазначеної газової труби.

Світлина займає при цьому 45 % площі статті. Окрім цього, до цієї тематики редакція додає під аналізованою публікацією ще одну

¹ Досліджувана стаття у *Berliner Zeitung online* мала іншу світлину з підзаголовком.

кореспонденцію, яку важко віднести до рубрики *Політика*. На це експліцитно вказують і сам заголовковий блок: надзаголовок *Archäologie* (укр. *археологія*) і заголовок *Schätze unter Sand und Schlamm* (укр. *скарби під піском і мулом*). Статті такої тематики, зазвичай, відносять до рубрик *фейлетон* або *подорож*.

На світлині німецької кореспонденції (див. рис. 3.8, зліва) зображено будівельний майданчик, де видно дві газові труби, витягнуті з моря, і робітника, який йде до моря вздовж труб, мабуть, натякаючи, що роботи ще не завершені. Світлина має підзаголовок у вигляді замітки, з якого читачеві стає зрозуміло, що це газові труби балтійського газопроводу [ЩО] в містечку Любмін [ДЕ], які прокладуть далі через Німеччину до Чехії.

Отже, якщо в українському медійному просторі відкриттю газопроводу по дну Балтійського моря приділено багато уваги з точки зору економіки, то в німецькому ця подія відноситься до другорядних політико-економічних новин. Причину різного оцінювання варто шукати в ролі досліджуваної події для обох суспільств.

Мікроструктура. Розглянемо інтралінгвальні особливості зіставлених кореспонденцій за їх основними фракталами: заголовкового комплексу і основного тексту.

До заголовкового комплексу входять такі складники, як надзаголовок, заголовок, підзаголовок і вказівка на автора статті. Сюди також відносяться заголовок рубрики (**Politik** в німецькій статті, **Економіка** – в українській) і назва газет з вихідними даними номера, що є невід’ємним атрибутом кожної сторінки. Заголовкова частина досліджуваних кореспонденцій виокремлена традиційно від решти тексту типографічними засобами (величиною і маркованістю).

Надзаголовок кореспонденції слугує для загальної орієнтації читача. Він використаний лише в українській кореспонденції, що виражено сурядним словосполученням "Факт і коментарі". Через це український заголовковий комплекс вже не має підзаголовку, з яким читач ознайомився попередньо на титульній сторінці. Таким чином уникається надлишкова інформація. Окрім

цього, редактор вказує на поєднання двох різнотипних жанрів: інформаційного й аналітичного.

Візуально виокремлений заголовок в обох випадках відіграє дуже важливу роль. Заголовок німецької кореспонденції *Putins Pipeline* стисліший і влучніший², ніж український заголовок *Про головну інтригу "Північного потоку"*. У першому випадку заголовок тематичний, містить частотну лексема усього тексту (*Pipeline*) у поєднанні з прецедентним *nomina propria*, яке навіює певні конотації. Цим редакція газети передає ключову фразу і разом з тим викликає у реципієнта свої асоціації: гіперболічне вживання відомого прізвища. В українському випадку заголовок не є тематичним, ним скоріше зацікавлюють читача, скеровують увагу на з'ясування якоїсь головної "інтриги" газопроводу. Це означає, що є також другорядні інтриги, які не стали предметом цієї статті. Як бачимо, редакції обох друкованих видань використовують різні тактики ознайомлення читача з новиною про відкриття газопроводу.

Наступним складником заголовкового комплексу є підзаголовок, який має допомогти реципієнту зорієнтуватися в темі публікації. Адже обидва використані заголовки, як німецький тематичний, так і український "інтригувальний", викликають різні асоціації (дет. про заголовки [543]).

Німецький підзаголовок виражено простим реченням у теперішньому часі, що є типовим для кореспонденцій, які виходять напередодні самої події: *Kanzlerin Angela Merkel und Präsident Dmitri Medwedew eröffnen die lange umstrittene Nordstream-Trasse*. Він розкриває фактично інформаційне ядро статті. При цьому автор дає певну оцінку предмета кореспонденції через характерне означення *lange umstrittene*, яке вживається вже замість оніма *Putin*, якому приписують основну заслугу реалізації зазначеного проекту. Зі стилістичного погляду в підзаголовку використано okazionalizm, виражений

² В онлайнній версії статті за 08.11.2011 використано повне речення: *Putins Pipeline geht in Betrieb*.

гібридним композитним новоутворенням із запозиченням *Nordstream-Trasse*. Такі новоутворення із запозиченнями, як показує аналіз, досить часто трапляються в сучасній німецькій пресі.

Український підзаголовок *Експерти "Дня": Росії не вдасться позбутися залежності від української "труби" ще мінімум 10–15 років* виражено через складну синтаксичну конструкцію із залученням пунктуаційного знака двокрапка, яка виділяє семантично важливі частини речення і заміщує *verba dicendi* (пор. [603, с. 44]). В якості відомого за темо-рематичним поділом для читача наведено узагальнене джерело – експерти *Дня*, в якості нового – генералізований висновок експертів. При цьому журналіст для більшої об'єктивності опитав не одного експерта, а декількох, залучивши навіть німецького. Це свідчить про те, що в українській кореспонденції простежується персуазивна функція – намагання вплинути на читацьку аудиторію використанням авторитетних думок фахівців.

Заголовковий комплекс завершує вказівка на автора статті. У німецькому тексті це виражено традиційно через прийменникову конструкцію з [von] + [nomina propria]: *von Frank Herold*. В українському тексті відомості про автора наводять традиційно у називному відмінку із зазначенням належності до видавництва: *Алла ДУБРОВИК, "День"*.

Другим складником кореспонденції є сам текст статті. Основна частина німецької кореспонденції складається з семи графічно виокремлених відрізків тексту, які в ідеалі повинні передавати сім субтем або другорядних тем (пор. [387, с. 116]). Ці текстові відрізки є для адресанта й адресата важливими тематичними одиницями.

Розглянемо тематичне розгортання статті за абзацами як тематичними блоками, які об'єднують речення за певною субтемою. Речення як предикативні одиниці несуть основне інформаційне навантаження в тексті і є тими нитками, що роблять текстове сплетіння самостійною одиницею комунікативного рівня мови.

Перший тематичний блок можна розглядати як ϕ -фрактал у формі замітки про подію, де здійснено стисле ознайомлення читача з певною новиною. Перша синтаксична конструкція виражена іменниковою конструкцією у формі заголовка, яка характеризує ситуацію в маленькому містечку Любмін: *Großer Auftrieb im kleinen Lubmin an der Ostseeküste* (укр. *Велике пожвавлення в маленькому Любміні на узбережжі Балтійського моря*). Журналіст вдається при цьому до антитези (*groß – klein*), чим акцентує увагу на значенні події для маленького селища. Далі слідує центральне речення кореспонденції, в якому розкривається головна тема статті: відкриття канцлером Німеччини і президентом Росії однієї з двох гілок газопроводу "Північний потік". У третьому реченні уточнюється мета цієї газової магістралі: постачання газу із Західного Сибіру до низки європейських країн. Завершується абзац експліцитною оцінкою описуваної події: *Es ist das bedeutendste europäische Energieprojekt der letzten Jahre* (укр. *Це найважливіший європейський енергетичний проект останніх років*). Увесь пасаж виглядає як конвенційна замітка до "загадкового" заголовка. Окрім першої синтагми усі речення в цьому тематичному відрізку прості, що значно полегшує реципієнту сприймати інформацію.

У другому тематичному блоці наведена цитата шефа Східної комісії німецької економіки Е. Кордеса, виражена непрямою мовою із залученням кон'юнктиву I в складному безсполучниковому реченні. При цьому автор використовує в головному реченні замість нейтрального *verba dicendi* таке дієслово оцінки як *würdigen*, що може свідчити про його суб'єктивну модальність. У наступному реченні зазначена кількість споживачів, яких зможе забезпечити газова труба. Тут можна лише здогадуватися, чи походять ці відомості від чиновника, чи йдеться про констатацію певних підрахунків спеціалістів, оскільки немає жодної експліцитної вказівки на джерело. У цьому абзаці тематизується важливість газової магістралі для Німеччини. Автор не наводить абстрактних цифр про газопостачання, як це відбувається в українській кореспонденції, а називає 26 мільйонів домогосподарств, яких

забезпечуватимуть цим газом. Це має більший перлокутивний ефект у реципієнта. Адже, для пересічного німецького бюргера ця цифра означає майже половину домогосподарств усієї країни. Хоча певна частина населення зовсім не споживає газу, використовуючи електроенергію.

У третьому тематичному блоці, який маркований зміною часової форми у пропозиції (плюсквамперфект), автор називає важливі дейктичні дані. Спочатку згадується початок (*im April 2010*) і місце будівництва (*in der Portowaja-Bucht bei Wyborg Nahe der russisch-finnischen Grenze*). Далі автор підкреслює новизну (*erstmals*) цієї траси для Росії, яка безпосередньо постачатиме газ в Європу, оминаючи транзитні країни Білорусь, Польщу й Україну. В наступних двох реченнях автор зазначає акторів цієї події – російський Газпром і деякі західноєвропейські партнери.

Субтемою четвертого абзацу, який також маркований зміною часової форми, є історичний екскурс у перипетії розвитку проекту. Часова референція перших планів щодо проекту зазначається автором відносною хронологічною фразою *vor mehr als einem Jahrzehnt* (укр. *більш ніж десятиліття тому*). Довготривала реалізація проекту підкреслюється модальною часткою *jedoch* і непрямым порядком слів у реченні: *Lange jedoch mussten die Verantwortlichen <...>* (укр. *Довго ж мусили відповідальні <...>*). Відповідальними дійовими особами у цьому контексті можна інтерпретувати колишнього канцлера Герхарда Шредера і на той час в першій каденції російського президента Володимира Путіна, які реалізували цей проект попри екологічні побоювання і сильний політичний супротив. У реченнях (15) і (16) доповнюється інформація про Г. Шредера, який братиме участь в урочистостях з нагоди відкриття газопроводу. Автор інформує читачів переважно нейтрально про кар'єру колишнього канцлера, який облишив політику й одразу очолив створений під цей проект консорціум. Журналіст лише імпліцитно натякає на заангажованість колишнього канцлера через такий раптовий перехід з політики в економіку. Про другу головну дійову особу проекту в тексті зовсім не згадано. Мабуть, через те, що він ще при владі і читачі його не забули.

У п'ятому тематичному блоці (17–21) повідомляється про вирішальний момент в історії газопроводу. Головним аргументом за позитивне рішення долі проекту автор називає газову суперечку між Росією й Україною у відносно холодну зиму 2008–2009, коли декілька тижнів газ не постачався через Україну в Західну Європу: <...> *als sie [die ukrainische Regierung] im Winter 2009 die russische Erdgaslieferungen nach Westeuropa über Wochen sperrte*. Як відомо, ці суперечки виникають між двома країнами-сусідами саме наприкінці року, коли українська сторона має об'єктивно не вигідне становище, а російська може диктувати умови контракту через свою монополію. Для українського реципієнта таке формулювання не зовсім узгоджується з фоновими знаннями про тодішні події, оскільки подача газу була припинена на російсько-українському кордоні російською стороною за даними Газпрому після несанкціонованого відбору газу українською стороною. Отже, тут простежується наслідки інформаційної війни (дезінформація), яку проводить російська влада щодо України.

У шостому тематичному блоці, який можна тематизувати як "Ситуація після блокади", журналіст повідомляє про останній етап в цій історії, де лише Польща активно виступає проти проекту. Автор підкреслює це фокусованою часткою *einzig* і вдається при цьому до військової термінології *Nachhut-Gefecht* (укр. *ар'єргардний бій*), щоб наголосити наполегливість польської сторони. У наступних реченнях (24–27) журналіст уточнює аргументи Польщі. Так, Щецинський порт подав до суду на трасу, яка перешкоджатиме великотонажному судноплавству для порту. У першій інстанції польська сторона справу прогнала. Як відповідь на "Північний потік" Польща буде термінал для рідкого газу в Свінемюнде (місто на березі Балтійського моря).

В останньому тематичному блоці порівнюються стани інших газових проектів, які пов'язані з Європою. Насамперед, з конкурентом зазначеної траси – Набукко. Автор згадує ще чотири проекти, які знаходяться на стадії розробки, в одній з них по дну Чорного моря знову ж таки задіяний Газпром, що сфокусовано передано інверсією і двокрапкою: (31) *Auch hier ist Gazprom*

engagiert: Mit einer Trasse durch das Schwarze Meer bis zum Balkan. Останній абзац можна розглядати як висновок і прогноз подальшого розвитку газової історії, що підтвердилося в 2014–2015 роках.

Німецька кореспонденція побудована як типова газетна кореспонденція за Г. Люгером, хоча і не містить експліцитного підсумкового блоку (пор. [474]). На початку автор використав інформаційний блок у формі замітки (ф-фрактал), подальше тематичне розгортання відбувається за переважно хронологічним принципом. За класифікацією Т. Шредера, цю статтю можна віднести до тематичних кореспонденцій [555].

Аналізована німецька кореспонденція написана в нейтральному стилі з використанням загальноживаної, зрозумілою для пересічного читача лексики і синтаксису. У синтаксичному аспекті в тексті домінують прості речення (24 синтаксичні одиниці), ділі йдуть за спадом складнопідрядні (6) і одна іменникова конструкція. Серед підрядних речень переважають підрядні означальні (3), безсполучникові підрядні речення додаткові, які використовуються при передачі непрямой мови, і одне підрядне речення часу. Отже, з точки зору реципієнта текст можна класифікувати як легкий для розуміння завдяки домінуванню простих синтаксичних конструкцій із загальновідомою лексикою.

Серед часових форм у німецькій кореспонденції домінує презенс з використанням різних його варіантів. Найчастіше трапляються форми актуального презенса. Разом з тим журналіст використовує майбутній й історичний презенс. Далі слідують за спадом часові форми претерита, перфекта, плюсквамперфекта та футурума I. Такий розподіл часових форм пояснюється тим, що стаття написана напередодні події.

Через увесь текст ключовим словом проходить винесена в заголовок лексема *Pipeline*. Вона має найбільшу кількість контекстуальних синонімів: *Erdgas-Pipeline durch die Ostsee, Nordstream-Trasse, Energieprojekt, Nordstream, Projekt, Ostsee-Trasse, Trasse, Gasprom-Investition*. Цей референт наскрізно проходить через увесь медіатекст. При цьому прізвище *Путін*, що використано

атрибутивно у препозиції до ключового поняття, згадується лише один раз. Цим онімом фіксується ціла епоха виникнення і реалізації проекту газопроводу.

Основна частина української кореспонденції складається з п'яти тематичних блоків, розташованих одним стовпчиком. Решта місця займають коментарі фахівців, які не розглядаються з тієї причини, що це вже інший тип тексту з огляду на їх панівну функцію. Як вже зазначалося, українські редактори оцінили досліджувану подію як економічну і помістили її під рубрикою *Економіка*. Це певним чином відобразилося на тематичному розгортанні в кореспонденції.

Перший тематичний блок статті подібний розгорнутому ліду з великим обсягом інформації (φ-фрактал). При описі використовується не лише дескриптивний тип розгортання теми. У першому реченні подано відповіді на питання КОЛИ, ХТО і ЩО. Оскільки кореспонденція написана після події, то журналістка у сильній позиції ставить темпоральний компонент, виражений прислівником. Впадає в око те, що в німецькій статті на першому місці згаданий німецький канцлер, а в українській – російський президент. Це зумовлено, мабуть, прагматично, адже для України події в Росії важливіші, ніж в Німеччині, і зазвичай більше новин надходить саме від східного сусіда. До цього ж сам газопровід отримує дещо іншу атрибутизацію: в німецькій кореспонденції – він *спірний (umstritten)*, а в українській – *російсько-німецький*. Цим редакція підкреслює, очевидно, двосторонність проекту. У другому реченні журналіст описує маршрут траси, часто використовуючи дієприслівникові звороти, означення, прикладки, чим значно ускладнює сприйняття інформації. Далі (3–4) робиться стислий історичний екскурс до самої ідеї та початку будівництва, з відсилкою на фонові знання читача вставним евіденційним маркером *як відомо*. На відміну від німецької статті в українській названо інший час початку будівництва (2005). Після цього авторка робить логічні висновки (*тож виходить*) із повчальними елементами (<...> *забувши одну із ключових істин ринкової економіки – світ конкурентний*) і

експліцитними оцінками (<...> продемонстрували свою недалекоглядність, не врахували ризику "шредизації" Європи). Авторка використала okazіonalіzm "шредизація", натякаючи на прагматизм відношень між Німеччиною і Росією на прикладі колишнього німецького канцлера. І це незважаючи на політичні розбіжності між країнами, що зрозуміло не кожному читачеві.

У другому тематичному блоці розкрито інтригувальний зміст заголовка кореспонденції: скільки ж газу піде по новому маршруту в Європу. Авторка зазначає з посиланням на офіційні дані російської сторони, що потужність першої гілки становить 27,5 мільярдів кубометрів на рік. Окрім того, український читач інформується, що 80 % російського газу для Європи транспортується через Україну. На відміну від німецької статті, в українській кореспонденції наводиться багато абсолютних даних, наприклад, 1224 км, 27,5 мільярдів, 2005, 1996, 16 років, 10–15 років. Це частково ускладнює сприйняття новини через перенасиченість фактуальною інформацією.

У третьому тематичному блоці (9–11) наведено непряму і пряму цитати прем'єр-міністра РФ В. Путіна і глави "Газпрому" О. Міллера, в яких підкреслюється втрата Україною ексклюзивного становища країни-транзитера російського газу до Європи. Пряму мову авторка використовує для збереження стилістичного колориту чужих висловлювань з розмовно-маркованою лексикою: "дармовий", "дешевий російський газ".

У наступному тематичному блоці авторка підсумовує думки експертів з цього питання і робить висновок, який сформульовано в підзаголовку статті на титульній сторінці: відкриття нового російського газопроводу дозволить лише збільшити поставки до Німеччини, яка через відмову від атомної енергії споживатиме більше газу. При цьому журналістка вдається до аргументованого розгортання теми, і використовує різні синтаксичні фігури, як-от: прикладки (14, 16, 17) та фрагментацію речення (14).

В останньому тематичному блоці авторка української кореспонденції наводить думку єврокомісара з питань бюджету та фінансового планування Я. Левандовського, де проект критикується з огляду на зростання залежності

від російських поставок газу і називається "пам'яткою епохи двосторонніх відносин" Росії і Німеччини. Журналістка зазначає, що, за Я. Левандовським, у майбутньому подібні проекти мають координуватися в рамках ЄС. Цей інформаційний блок можна розглядати як оцінно-підсумковий.

На відміну від німецької статті, українська кореспонденція не є винятково інформаційною з дескриптивним розгортанням теми. У ній наявні експлікативні й аргументативні пасажі, що виконують персуазивну функцію: заспокоєння українського читача. Очевидно, це зумовлено постійною актуальністю зазначеної теми для українського суспільства й економіки. У німецькій кореспонденції журналіст не нав'язує так експліцитно власну думку, він намагається об'єктивно інформувати читача про цю подію.

У синтаксичному аспекті в українському тексті хоча й домінують прості речення (9 з 22 речень), але вони переважно поширені, зі вставними словами (*утім, виходить, до речі* тощо), дієприслівниковими зворотами (*стартуючи з карельських боліт* тощо). На другому місці складнопідрядні речення, насамперед, додаткові при передачі непрямой мови зі сполучником. Авторка використовує також складносурядні та паратактично-гіпотактичні речення, де передається пряма і непряма мова. Загалом українські синтаксичні конструкції довші (20 словоформ в реченні), ніж німецькі (15,8). Це значно ускладнює сприйняття інформації.

У зіставлених кореспонденціях простежуємо різне розгортання основної теми. У німецькій кореспонденції подію оцінюють як європейську і, відповідно, тематично описують. Подача інформації орієнтована на читача, що зумовило простий синтаксис і неперенасиченість кількісними даними. В українській кореспонденції відкриття газопроводу подано як виключно білатеральний проект, що зображується з перспективи російсько-українських відношень. Сам текст не є орієнтованим на реципієнта через складний синтаксис і перенасиченість кількісними даними.

3.5 Німецьке й українське синоптичне повідомлення

Газетне синоптичне повідомлення є неодмінним медіатекстом на шпальтах сучасних друкованих і електронних видань. Мета цього підрозділу – реконструювати фрактальну модель синоптичного повідомлення і встановити відмінності / подібності між німецькими й українськими синоптичними медіатекстами шляхом їх комплексного зіставлення.

Матеріалом дослідження слугують паралельні тексти в двох рівнозначних щоденних газетах *Der Tagespiegel* і *День* за період з 2002 по 2015 р. Для уникнення можливих інтерференцій жанрової побудови було додатково розглянуто інші медіавидання для отримання більш повної картини.

3.5.1 Попередні зауваги. Газетне синоптичне повідомлення визначаємо як інформаційний жанр з тематичним фокусуванням уваги на погоді, для якого притаманні такі ознаки як інформативність, оперативність, об'єктивність, стислість та мультимодальність (пор. [122, с. 339; 408; 452; 569; 570; 612]). Під погодою (нім. *Wetter* від двн. *wetar* "вітер") розуміють стан атмосфери у певний час, у певному місці, що проявляється у сонячній активності, опадах, силі вітру, температурі, хмарності тощо. У синоптичному повідомленні домінує дескриптивний тип викладу матеріалу. Тематика жанру зумовлює часте використання локальних і темпоральних маркерів. Основна тема може конкретизуватися підтемами "актуальна погода", "прогноз погоди", "погода в певному регіоні". Під "актуальною погодою" (нім. *Wetterlage*) розуміють стан атмосфери в певному географічному регіоні на певний час. Цей стан залежить від зон високого і низького тиску, що постійно змінюються [349, с. 1923].

Зазначений варіант інформаційного жанру вважається яскравим прикладом гібридних (креолізованих) видів текстів, де різноманітно поєднують вербальну і невербальну частини (мультимодальність). До невербальної частини відносимо метеокарту та інші графічні засоби, наприклад, таблиці, графіки, діаграми тощо, де оптимально візуалізується основна інформація. З

погляду адресанта використання невербальної частини зумовлено рутинністю цього медіатексту, де адресанту приходится щодня лише наводити останні метеопказники. З точки зору адресата інформація краще сприймається саме завдяки невербальній частині, коли можна швидко ознайомитися з потрібними новинами, а не читати цілий текст повідомлення.

Газетному синоптичному повідомленню притаманна текстуальна варіативність залежно від традицій медіавидання. У деяких газетах воно може бути відсутнім, як, наприклад, в *taz*, або містити декілька синтаксичних конструкцій на титульній чи останній сторінці із зазначенням лише температури й опадів. У газеті *День* останнім часом взагалі відмовилися від друкування цього медіатексту, що зумовлено, очевидно, тим, що його радіо-, теле- та інтернет-конкуренти поступово витісняють газетний прогноз погоди. У деяких виданнях, наприклад, *Neue Zürcher Zeitung* синоптичному повідомленню виділяють половину газетної шпальти, де друкують замітки і повідомлення до зазначеної теми з різноманітними невербальними частинами, як-от: сателітна карта, метеотаблиці тощо. Як справедливо зазначає Г. Люгер [474, с. 81], єдиної форми цього виду текстів у медійній практиці не існує, і це попри його яскраву конвенційність. Кожне медіавидання послуговується своїм зразком, який із номера в номер передрукують з актуалізацією метеопказників. Медіатекст складається або з прогнозу й огляду метеорологічного стану, або з глобальної метеоситуації, актуальної погоди та прогнозу з різними синоптичними картами та таблицями.

3.5.2 Попередні дослідження. Одномовні різнопланові аналізи досліджуваного медіатексту в німецькій мові здійснили Б. Зандіг [542] у стилістичному аспекті, В. Гайнеман і М. Гайнеман [399, с. 205–212], а також К. Брінкер [307] для демонстрації своїх моделей комплексного текстового аналізу, К. Зомерфельд і В.П. Кляйн [563; 564; 437] в діахронічному аспекті та П. Крицький [452] в багаторівневому аспекті.

Зіставні студії зазначеного медіатексту проводили на матеріалі німецької і французької мов. Так, Б. Шпільнер [569] помітив у французьких і німецьких синоптичних текстах подібність структурного поділу жанру на два складники – стан і прогноз погоди, а також часте використання еліпсів і відносних фраз в другій частині. Разом з тим, Б. Шпільнер вказує на текстуальні відмінності, які зумовлені різнокультурними традиціями. Це стосується довжини і складності речень, використання часових форм та певних частин мови, аргументативно-логічної структури та використання оцінних стилістичних засобів.

Інше ґрунтовне німецько-французьке дослідження медійних синоптичних текстів проведено під керівництвом В. Зетекорна, результати якого представлені в колективній монографії [612]. Особливу увагу автори приділили формам і функціям референції в ЗМІ, історії розвитку жанру та невербальному оформленню. При цьому аналізувалися як газетні, так і радіо- та телевізійні варіанти цього жанру. На жаль, мовний і текстовий аспекти зазначеного варіанта інформаційного жанру залишилися на другому плані.

Інші контрастивні студії присвячені німецько-російському та німецько-англійсько-фінському зіставленню. Так, Д. Гох [408] зупиняється на описі одного спільного прототипу жанру в німецькій і російській мовах і зазначає, що в цьому жанрі домінує прогноз погоди. Д. Гох розрізняє три варіанти цього медіатексту: докладний прогноз погоди, метеобюлетень і стислий прогноз погоди. Варто зазначити, що в сучасних ЗМІ, за нашими спостереженнями, елементи цих варіантів можуть поєднуватися в синоптичному повідомленні.

Інша дослідниця Д. Нейєндорф [500] виступає за інтеграцію типології нелітературних текстів у типологію фіктивних текстів з огляду на функціонально-комунікативний підхід. Авторка аргументує це тим, що кожен нелітературний текст можна використати символічно. Свої міркування Д. Нейєндорф показує на матеріалі медійних німецьких, англійських та фінських синоптичних повідомлень і аналізує літературно оформлений прогноз погоди, наведений на початку роману Р. Мусіля "Der Mann ohne Eigenschaften".

Аналізу англійських і польських синоптичних повідомлень присвятила своє дослідження О.М. Коломієць [126; 127]. Авторка дійшла висновку, що англійські тексти експресивні, мають більше художніх засобів і носять ймовірнісний характер, польські ж – більш лаконічні, чіткі, мають на меті лише інформування читачів про погоду. За нашими спостереженнями, певну паралель можна провести і щодо німецьких та українських синоптичних повідомлень: перші більш вільні, креативні, другі – виключно інформативні.

Отже, як показав аналіз попередніх досліджень в цій царині генристики, наразі відсутні комплексні німецько-українські контрастивні студії, що й зумовлює актуальність нашого дослідження.

3.5.3 Зіставлення німецького й українського синоптичних повідомлень. З точки зору ситуативності зіставлені синоптичні повідомлення мають своє постійне місце на шпальтах газет. В українській газеті цей жанр розташований на останній сторінці справа внизу, однією колонкою, у рамці під заголовком *Погода в Україні* (див. рис. 3.9).



Рис. 3.9 Синоптичне повідомлення в газеті *День*.

У газеті *Der Tagesspiegel* цей медіатекст розміщують на другій сторінці внизу й оформлюють у дев'ять колонок під заголовками *Berlin und die Ostsee / Deutschland / Europa / Reisewetter* (див. рис. 3.10). Положення на другій сторінці є нетиповим, оскільки більшість друкованих видань розміщує цю рубрику на останній сторінці для зручності читача (одна з сильних позицій з точки зору реципієнта).

Макроструктурно досліджуваний медіатекст в обох газетах є складним семіотичним утворенням з вербальної та невербальної частин, які доповнюють одна одну (пор. [118, с. 10; 621]). Загальними ініціаторами за термінологією Ф. Зімлера виступають заголовки та дата видання. До візуальних ініціаторів можна віднести також метеокарти, оскільки в цьому медіатексті часом відсутні будь-які заголовки.

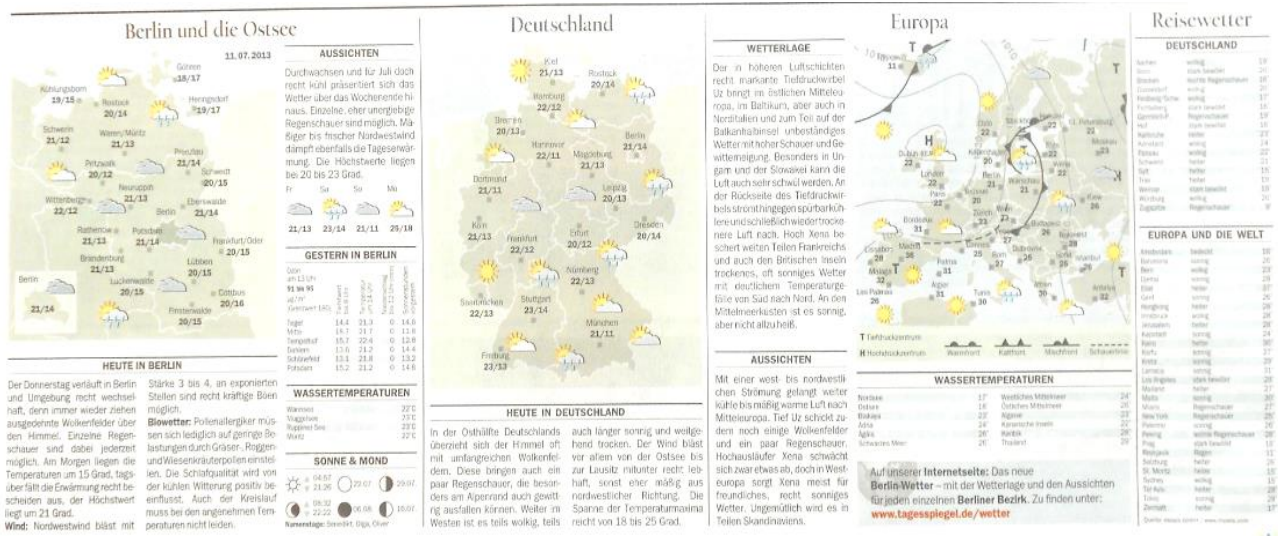


Рис. 3.10 Синоптичне повідомлення в *Der Tagesspiegel*.

З фрактального погляду α -фракталом виступає "інформаційно порожній" тематичний заголовок з локальною референцією на географічний регіон, який спонукає адресата шукати відповідь на питання **ЩО, ДЕ, КОЛИ**, або за когнітивною термінологією заповнити фрейм **ПОГОДА** зі слотами [температура], [опад], [вітер] тощо (див. рис. 3.11).

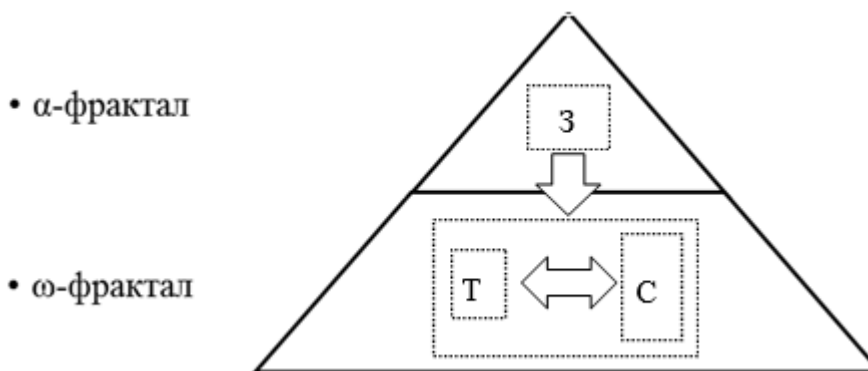


Рис. 3.11 Фрактальна модель синоптичного повідомлення

ω -фрактал синоптичного повідомлення складається з тексту або мінітекстів до різних підтем, як це прийнято в *Der Tagesspiegel* та інших німецьких газетах. Завершує повідомлення зазначення джерельного маркера. Зазвичай німецькі медіавидання використовують дані приватної синоптичної служби *meteomedia AG*, яка надає остаточний метеотекст, створений в науковому комунікативному середовищі для широкої публіки [452, с. 188–189]. Отже, газетне синоптичне повідомлення – це двофрактальний креолізований текст, створений фахівцем для пересічного читача з метою інформування про стан і прогноз погоди.

Синоптичне повідомлення в *Der Tagesspiegel* складається з чотирьох підтем: погода в Берліні і регіоні з прогнозом на чотири дні, погода в Німеччині, погода в Європі з прогнозом, а також туристична погода (нім. *Reisewetter*) в Німеччині, Європі та світі, сюди також належать три детальні метеокarti, дані про озон, сонце та місяць, таблиці з температурами води. Для тих, кому цієї інформації недостатньо, видання пропонує скористатися метеотелефоном (нім. *Telefonwetter*). Особливістю німецького синоптичного повідомлення є наведення біопогоди, де зазначається інформація для людей з алергією тощо.

Синоптичне повідомлення в газеті *День* набагато стисліше за німецьке і складається з трьох інтегрованих в один текст складників: погода в Києві і регіоні, метеорологічна хроніка з мінімальними і максимальними температурами, опадами, погода в Україні з прогнозом на два дні. Джерелом

інформації виступає українська метеорологічна служба Укргідрометцентр. Особливістю українського синоптичного повідомлення є зазначення радіаційного фонду, що зумовлено Чорнобильською катастрофою 1986 року. Отже, в українському синоптичному повідомленні обмежуються виключно погодою в Україні, не вказуючи на погодні умови в Європі чи світі.

У зіставлених медіавиданнях застосовується різна практика подання температурних показників. У німецькій газеті найвищу і найнижчу температури зазначають без знака плюс через дріб, наприклад, 22/8. В українській медійній традиції країні подвійні температурні показники завжди наводять зі знаками плюс і мінус, наприклад, від +3 до +10 / від +13 до +19. Це зумовлено, очевидно, тим, що регіони України значно більші за німецькі, тому простежується значні коливання температури.

Загальна інформаційна модель синоптичного повідомлення в обох газетах подібна. Після заголовка, в якому зазначають місце та час (напр., *Heute in Berlin*), наводять три інформаційні складові ДЕ, ЩО, КОЛИ. У німецькому прогнозі погоди повідомляють також про перебіг метеоподії (ЯК). Наприклад:

In der Osthälfte Deutschlands überzieht sich der Himmel oft mit umfangreichen Wolkenfeldern. (DT, 11.07.13)

30 листопада в регіонах очікується: <...> (День, 30.11.13)

У ході зіставлення обох медіапрактик виявлено такі мовні відмінності.

З синтаксичної точки зору в німецьких синоптичних повідомленнях домінують прості речення, далі слідує складносурядні та складнопідрядні, насамперед, підрядні речення означення. В українській мові це виглядає по-іншому: домінують складносурядні речення, прості речення / номінативні речення трапляються рідко. Така розбіжність зумовлена тим, що німецьким текстам притаманна більш вільна форма викладу, українські ж тексти представлені як асиндетичне перерахування метеофактів. Через такі підходи різняться і середні показники синтаксичних конструкцій: у німецьких – це 11,5 словоформ у реченні, в українських – 20,1 словоформа у реченні. Така довжина

українського речення не ускладнює сприйняття інформації, оскільки використовуються прості синтаксичні конструкції.

У темпоральному аспекті в німецькому синоптичному повідомленні домінує форма *Präsens Indikativ* (99 %). В українському жанрі переважають складносурядні речення з еліптичними реченнями без дієслова-присудка. Темпоральні відношення виражаються також лексично, наприклад, іменниковими конструкціями на позначення днів тижня чи часу дня (нім. *am Montag, am Vormittag*), темпоральними прислівниками та прикметниками (нім. *vormittags, nachmittags, heute, tagsüber*).

У морфологічному аспекті в німецькій вибірці трапляються часто складні слова, наприклад, нім. *Hochdruckwetter, Tiefdruckgebiet, Schönwetterwolken, Frühsommerwetter* тощо. Для українських прогнозів погоди такі композити вкрай поодинокі, наприклад, *короткочасний*.

У лексичному аспекті словниковий склад німецьких синоптичних повідомлень відносно обмежений. Лексика загальноживана і відображає пори року (пор. [452, с. 199]). Разом з тим, трапляються метеорологічні терміни, наприклад, *Hoch, Kaltfront, Tief, Tiefausläufer, Quellwolken*, які часом супроводжуються з назвами для зон високого і низького тиску. Постійним атрибутом синоптичних текстів є топоніми (міста, регіони і місцевості) та гідроніми (моря, озера, річки тощо). Частотними є іменники на позначення явищ природи, як-от: *Gewitter, Föhn, Nebel, Regen, Sonne, Schauer*, дієслова *fallen, liegen, auflockern, regnen, scheinen, steigen, wehen*, прикметники *bewölkt, freundlich, heftig, heiter, kräftig, mäßig, schwach, sonnig, trocken, trüb, windig*.

В українському синоптичному повідомленні лексичний склад значно менший за німецький через малий обсяг самого тексту. Окрім лексем *очікувати, фіксувати, становити* дієслова майже не трапляються. Така лексична обмеженість сприяє кращому розумінню інформації, адже текст повідомлення і так перенасичений точними метеоданими. Наприклад:

Температура повітря в Києві вдень +4 – +6° С, вночі близько 0° С, по області вдень +2 – +7°С, вночі -3 – +2°С. Хмарно з проясненнями, без опадів. Вітер північно-західний, 5–10 м/сек. (День 30.11.13)

У стилістичному аспекті німецькі синоптичні повідомлення різноманітніші за українські щодо використання епітетів, метафор, персоніфікації та інших троп. Завдяки цьому вони атрактивніші і не є такими телеграфно стандартизованими, як це спостерігаємо в українських текстах (пор. [307, с. 154–156; 399, с. 205–212; 452, с. 201]). Наприклад:

Tief Uz schickt zudem noch einige Wolkenfelder und ein paar Regenschauer. Hochausläufer Xena schwächt sich zwar etwas ab, doch in Westeuropa sorgt Xena meist für freundliches, recht sonniges Wetter. (DT, 11.07.13)

З прагматичного погляду в німецьких синоптичних повідомленнях відчувається певна модальність, що досягається використанням різноманітної лексики. Так, тут часто послуговуються конструкціями *Modalverb müssen / können / dürfen + Verb; sein + zu + Infinitiv*, а також модальними прислівниками *möglich, eventuell, voraussichtlich*. В українських повідомленнях використовують переважно модальне слово *можливо*.

Як слушно зазначає Б. Шпільнер [572, с. 44], медіатекст синоптичне повідомлення може змінюватися за дуже короткий проміжок часу (подібно до самої погоди). Якщо в кінці ХХ століття [569; 570] науковець констатував, що німецькі синоптичні повідомлення мають такі базові складники, як стан і прогноз погоди (нім. *Wetterlage* та *Wettervorhersage*), де не використовують змінні форми дієслова, то в ХХІ столітті вже не дотримуються зазначеної конвенційності.

З невербального погляду досліджувані медіапрактики значно різняться величиною використаного місця під цей жанр і технічним оформленням. Німецькі синоптичні повідомлення займають в середньому 25 % площі сторінки, українські – приблизно 10 %. Невербальна частина німецьких синоптичних повідомлень складається з кольорових метеокарт, різнопланових

таблиць, схем, графіків тощо. В українських повідомленнях використовують чорно-білу метеокарту, на якій візуалізують різнотипними знаками зміст вербальної частини. Відношення між вербальною і невербальною частинами в обох медіапрактиках складає приблизно 1 : 2,5, тобто в цьому варіанті інформаційного жанру значно домінує невербальна форма подання новини, що має свої переваги як для відправника, так і реципієнта.

3.6 Німецьке й українське друковане інтерв'ю

Мета підрозділу – реконструювати фрактальну модель медійного тексту-інтерв'ю як варіанту інформаційно-аналітичного жанру і встановити відмінності / подібності між німецькими і українськими газетними зовнішньополітичними текстами-інтерв'ю у структурному, композиційному, синтаксичному та прагматичному аспектах шляхом комплексного зіставлення складників цього виду медіатекстів.

Матеріалом для статистичного аналізу слугує вибірка текстів-інтерв'ю з щоденних газет *Berliner Zeitung* (розділ Politik) і *День* (розділ "День Планети") за 2002–2015 рр. Вибірка склала 300 текстів-інтерв'ю, відповідно по 150 текстів у кожній мові. Такий об'єм матеріалу можна вважати репрезентативним, зважаючи на великий часовий зріз вибірки. Варто також зазначити, що в кількісному плані за однаковий період часу в українському виданні зафіксовано значно більше інтерв'ю, ніж у німецькому. Окрім того, в українській медійній практиці трапляються інтерв'ю невластних кореспондентів, а зроблених іноземними журналістами в спільному проєкті, або ж перекладені з інших мов. Такі тексти-інтерв'ю не бралися до уваги через вплив інших медіакультур.

У дослідженні мова йде про ситуативні еквівалентні паралельні тексти, тобто такі, що виконують подібну роль у двох мовно-культурних дискурсах, інформуючи читацьку аудиторію про зовнішньополітичні події в світі. При

цьому тексти було відібрано в один часовий зріз із відповідних рубрик, які склалися редакціями згаданих вище газет. Це дозволяє говорити про певну об'єктивність добору дослідницького матеріалу, що відображає газетну зовнішньополітичну "картину світу" двох мовних культур крізь призму текстів-інтерв'ю.

3.6.1 Попередні дослідження. Газетні тексти-інтерв'ю аналізувалися на матеріалі різних мов переважно в структурному, стилістичному та прагматичному аспектах (пор. [3; 40; 146; 221; 233; 263; 313; 474]). Зіставні аналізи проводилися, насамперед, на матеріалі німецької, англійської, французької, російської, польської та угорської мов (пор. [197; 346; 347; 348; 458]).

Досить детальне зіставне дослідження німецьких і українських медійних текстів-інтерв'ю з когнітивного, функціонального і прагматичного аспектів проведено О.О. Саламатіною [214]. Авторка, не зважаючи на тематичну і типологічну різноманітність матеріалу дослідження (бралися щоденні і щотижневі, серйозні і розважальні видання), спробувала вибудувати узагальнену концептуальну модель семантики цього жанру за допомогою теорії фреймів. Дослідниця описала також основні і другорядні функції композиційних компонентів текстів-інтерв'ю. Найбільш цікавим видається в роботі аналіз стратегій і тактик, які застосовують в обох медіапрактиках. Так, за О.О. Саламатіною, інтерв'юер завжди дотримується неконфліктних стратегій спілкування і залежно від прагматичної мети може застосовувати *стратегію одержання інформації від респондента* або *стратегію вираження власної точки зору*. *Стратегія одержання інформації від респондента* характерна для всіх текстів-інтерв'ю і представлена тактиками "пряме запитання", "приховане запитання", "перевтілення", "перенесення" та "спільне прогнозування". Тактики "зближення", "обачливість", "вираження думки", "узагальнення" та "конкретизація" є складовими частинами прагматичної *стратегії вираження точки зору інтерв'юера*. Респондент, за

О.О. Саламатіною, може дотримуватися конфліктної або неконфліктної мовленнєвої *стратегії надання інформації*, що обумовлено бажанням чи небажанням надати інтерв'юеру певну інформацію. Використання неконфліктних тактик, за О.О. Саламатіною, більш характерне для респондента сучасної німецькомовної преси, а конфліктних – україномовного публіцистичного інтерв'ю. *Стратегію надання інформації інтерв'юеру* представляють такі неконфліктні тактики: "пряма відповідь"; "випереджувальна відповідь", що властиві для сучасного україномовного інтерв'ю; "поширена відповідь"; "керування" та конфліктні тактики: "зазначення недоречності запитання", "коротка відповідь", "зустрічне запитання", "ігнорування". *Стратегію вираження точки зору респондента* відображають неконфліктні тактики: "пряма кореляція" і "пояснення", яка включає "конкретизуюче пояснення" та "узагальнююче пояснення", а також конфліктні тактики: "пояснення незгоди", "зазначення недоречності висловлювання", "зміщена відповідь", "мовчання" і "протиставлення", що містить тактики "повна невідповідність" та "часткова невідповідність" [215, с. 175–184]. При цьому авторка, на жаль, не бере до уваги тематичні, соціальні, вікові, гендерні чинники, що значно впливають на вибір стратегії і тактики комунікації.

Відсутність комплексних українсько-німецьких контрастивних студій газетних текстів-інтерв'ю, де би враховувалися тематичний і ситуативний аспекти у світлі фрактального підходу, зумовлює актуальність цієї студії.

3.6.2 Друковане інтерв'ю як медіатекст. Термін "інтерв'ю" вживають традиційно для позначення бесіди, діалогу журналіста з відомими людьми для подальшої публікації в друкованих виданнях або трансляції по радіо чи телебаченню [388, с. 155]. Назву "інтерв'ю" можна вважати гіперонімом для різних її підвидів. У першу чергу вони поділяються на письмові (оброблені) в пресі й усні (спонтанні) на радіо й телебаченні (пор. [222; 339; 474]).

Інформаційно-аналітичний жанр "інтерв'ю" хоча і вважається неосновним серед публіцистичних текстів, але без нього не обходиться жодне друковане видання. Свій сучасний вигляд газетне інтерв'ю набуло наприкінці ХІХ століття в американській пресі [339; 388, с. 21–25]. Г. Люгер відносить інтерв'ю разом з консультацією до так званих біцентральної газетних текстів, тобто таких, де існує дві різновекторні інтенції [474]. Інтерв'ю слугує для отримання більш детальної інформації від безпосередніх учасників подій або від компетентних осіб, експертів.

Тексти-інтерв'ю подають у друкованих виданнях у скорочених і відредагованих варіантах (пор. [482]). Г. Бургер зазначає, що такі інтерв'ю можна вважати кореспонденцією або цитатною кореспонденцією [315, с. 223]. В цьому полягає головна відмінність між газетними і усними інтерв'ю на радіо та телебаченні. До відмінностей між інтерв'ю в письмовій і розмовній формах відносять також відсутність прямого візуально-акустичного контакту, коли можна спостерігати за парамовними (жести, міміка) та просодичними (інтонація) особливостями.

Для письмової й усної форм інтерв'ю спільними є такі правила ведення інтерв'ю: кореспондент відкриває бесіду, керує її ходом, задає запитання і завершує розмову, респондент, в свою чергу, мусить відповідати на запитання, вибираючи різні комунікативні стратегії [5, с. 649; 9, с. 94–95; 81; 388, с. 266; 474, с. 142].

Існують різні підходи до класифікації інтерв'ю. За статусом респондента їх поділяють на: 1) інтерв'ю з політиком; 2) інтерв'ю з зіркою; 3) інтерв'ю з експертом [474, с. 97; 557, с. 182].

За тематикою інтерв'ю може бути: 1) інформаційним, коли діалог зосереджений на нових фактах; 2) експертним, коли очікується інформація авторитетної людини щодо актуальних питань; 3) проблемним, коли зіставляються різні точки зору на існуючі проблеми; 4) інтерв'ю-знайомства, де все зводиться до презентації певної особи [262, с. 56–60].

За характером перебігу бесіди розрізняють статичні і динамічні інтерв'ю. Статичне інтерв'ю – це бесіда за чітким переліком запитань інтерв'юера, переважно в письмовій формі. В динамічних інтерв'ю бесіда має більш непроTOCOLний характер, оскільки запитання журналіста впливають з попередньої відповіді респондента і можуть носити характер уточнення, коректування тощо (пор. [12; 44; 81; 214]).

При створенні медійних текстів, у тому числі й такого жанру, як газетне інтерв'ю, важливу роль відіграє фактор колективної роботи редакції друкованого видання й опитуваного (пор. [313, с. 216]). При створенні тексту інтерв'ю задіяно декілька сторін. Видавець або шеф-редактор визначають тематику текстів-інтерв'ю, спосіб подачі матеріалу. Респондент за канонами журналістики перевіряє остаточну друковану версію тексту. Журналіст, інтерв'юер, проводить безпосередньо інтерв'ю і виступає автором тексту. Відповідальний редактор здійснює стилістичну правку тексту і відповідає також за заголовки та лід тексту. Неостанню роль відіграє "презентатор", технічний працівник, який надає тексту-інтерв'ю остаточного візуального вигляду на шпальтах газети.

Отже, досліджувані газетні тексти-інтерв'ю – це письмові діалоги німецьких і українських інтерв'юерів з провідними політиками і експертами про актуальні зовнішньополітичні проблеми. Інтерв'ю як і інші види журналістських текстів вважаються продуктом колективної роботи. Внаслідок цього вони несуть у собі характерні риси певного національно-культурного дискурсу (пор. [347, с. 233]).

3.6.3 Макроструктура текстів-інтерв'ю. Перш ніж розглянути архітектоніку текстів-інтерв'ю в обох медійних середовищах, хочемо зазначити, що в українській і німецькій медіапрактиках трапляються різні варіанти інтерв'ю, які не бралися до розгляду через їх перехідний характер. Так, до варіантів текстів-інтерв'ю відносимо:

1) інтерв'ю-анкета зі світлиною, коли респондент відповідає на занотовану певну кількість питань,

2) цитатна стаття у формі цілісного монологу після прес-конференції, круглого столу або після блоку запитань при безпосередній зустрічі інтерв'юера і респондента.

Такі тексти швидше належать до статей-кореспонденцій [315, с. 223]. Варто зауважити, що в зовнішньополітичній новинній царині такі тексти трапляються не часто. Особливістю українського зовнішньополітичного газетного дискурсу вважаємо використання невласних текстів-інтерв'ю, тобто таких, що написані іноземними журналістами. Вони також не бралися до уваги через те, що несуть відбиток іншого мовно-культурного середовища.

У результаті аналізу українських і німецьких медіапрактик реконструйована фрактальна модель варіантної структури текстів-інтерв'ю (див. рис. 3.12):

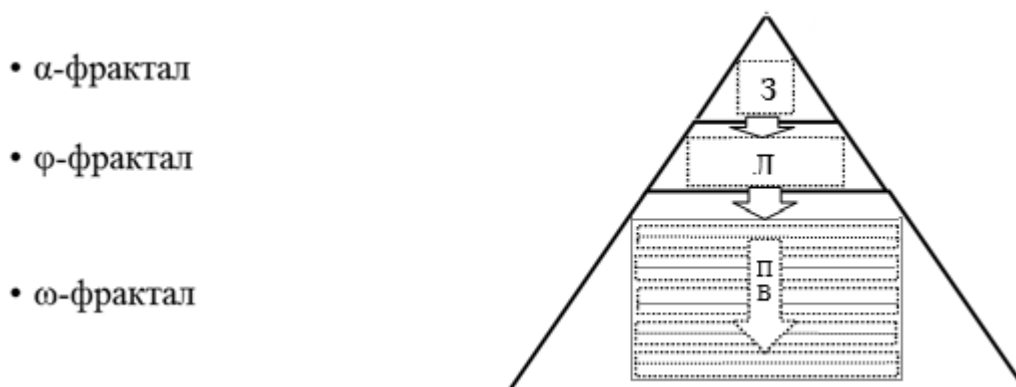


Рис. 3.12 Фрактальна модель тексту-інтерв'ю

Для типового українського тексту-інтерв'ю характерні такі складники: 1) надзаголовок; 2) заголовок; 3) лід; 4) світлина (з джерелом і підтекстом); 5) текст-діалог; 6) відомості про автора тексту-інтерв'ю.

Типовий німецький текст-інтерв'ю складається в свою чергу з таких структурних одиниць: 1) надзаголовку; 2) заголовку; 3) підзаголовку; 4) ліду; 5) світлини (з вказівкою на джерело і підтекстом); 6) тексту-діалогу; 7) вказівки на автора тексту-інтерв'ю.

Наведений перелік компонентів в обох мовах відображено в типовій послідовності. Лише невербальний складник – світлина – може розташовуватися (а) паралельно з лідом, (б) одразу після заголовка або (в) інтегруватися в текст. Окрім того, для інтерв'ю характерні різні невербальні, типографічні ознаки. Це, насамперед, загальна рамка для цілого тексту-інтерв'ю.

Отже, макроструктурно в обох мовах використовують подібний набір структурних одиниць, які мають схожу послідовність викладу. Відмінність спостерігаємо лише в α -фракталі німецьких текстів-інтерв'ю, де робиться поділ на три складники: надзаголовок, заголовок і підзаголовок. В українському тексті-інтерв'ю використовують переважно надзаголовок і заголовок.

Перейдемо до зіставлення фракталів текстів-інтерв'ю.

3.6.3.1 α -фрактал текстів-інтерв'ю. До початкової частини текстів-інтерв'ю відносимо такі компоненти, як надзаголовок, заголовок і підзаголовок. Сюди слід віднести також заголовок газети з датою і номером газети, заголовок рубрики, оскільки усі вони дають загальні дійктичні відомості щодо кожного конкретного тексту-інтерв'ю. Розглянемо кожен з цих елементів у досліджуваних текстах.

У друкованих текстах-інтерв'ю традиційно використовують надзаголовок. Його виділяють типографічно, як правило, прописними літерами і жирним шрифтом. Функція надзаголовка полягає в загальній орієнтації читача щодо змісту тексту. В газеті *День* найчастіше як надзаголовок використовують експліцитну назву самого жанру – ІНТЕРВ'Ю. У німецькій мові зафіксовано надзаголовки з вказівкою на:

- 1) місце дії, установу, наприклад, BERLIN, EUROPARLAMENT,
- 2) статус респондента, як-от: АТОМ-EXPERT, EXPERTE,
- 3) характеристику дії, наприклад, BEWERTUNG, REAKTION.

В українській медіапрактиці серед неекспліцитних надзаголовків трапляються часто такі, що містять вказівку на ознаку дії, наприклад, АКТУАЛЬНО.

Центральним компонентом початкової частини тексту-інтерв'ю є основний заголовок. У ньому міститься інформаційне ядро повідомлення (пор. [307, с. 55; 472, с. 35]). У досліджуваних медійних практиках заголовки дещо різняться за своєю структурою і функцією.

В українській газеті *День* заголовок зовнішньополітичного інтерв'ю має досить сталу структуру. В ньому спочатку подається великими жирними літерами ім'я і прізвище респондента, а потім після двокрапки наводять ключову цитату з слів респондента. Наприклад:

Мераб АНТАДЗЕ: Відносини України та Грузії є прикладом співпраці великої й малої держав (День, 4.11.06),

Мішель ДЮРЕ: Ми хочемо пересвідчитися, що заяви України будуть підкріплені діями (День, 03.02.07),

Віталій ГАЙДУК: Найголовніше — це власна енергобезпека (День, 02.02.07).

В українських заголовках інтерв'ю домінує інформаційна функція, оскільки передається основна думка респондента. Це підкреслюється ще й тим, що після даних респондента стоїть двокрапка. Цей пунктуаційний знак ділить заголовок на ліву і праву частини, акцентуючи увагу читача на правій, рематичній частині висловлення. При цьому в газеті *День* майже не застосовують лапки. Використання імені і прізвища в заголовку часто заміняє підтекст (легенду) для світлин із зображенням респондента, яка наводиться без підзаголовку.

Серед синтаксичних типів заголовків після двокрапки переважають прості речення (73,3 %), за ними слідує складнопідрядні (23,3 %) і складносурядні (3,3 %). Середня довжина повного заголовка складає 11,2 словоформи, а без врахування даних про респондента – 9,2 словоформи, у простих заголовків – відповідно 10,6 і 8,6 словоформ, складнопідрядних – 12,4 і 10,4 словоформи, складносурядних – 17 і 15 словоформ.

Типовий німецький заголовок тексту-інтерв'ю – це взята в лапки цитата респондента, яка містять у собі більше заклику, ніж інформації. Такі заголовки

спонукають читача до прочитання тексту, або, принаймні, його початкової частини, щоб зрозуміти головний зміст тексту. Наприклад, із заголовку "Wir brauchen eine kleinere EU-Kommission" (BZ, 30.12.06) не зовсім зрозуміло, про яку меншу єврокомісію йде мова.

Німецькі заголовки текстів-інтерв'ю виражені зазвичай простими реченнями (76,7 %), далі слідує номінативні речення (20 %) та складнопідрядні речення (3,3 %). Середня довжина заголовка складає 5,8 словоформ, у простих реченнях – 5,9, номінативних реченнях – 4,3, складнопідрядних реченнях – 11 (див. табл. 3.13).

Таблиця 3.13

Заголовки німецьких і українських текстів-інтерв'ю

Мова	Синтаксичні типи заголовка				Середня довжина заголовка (словоформи)
	НР (%)	ПР (%)	СПР (%)	ССР (%)	
Німецька	20	76,7	3,3	0	5,8
Українська	0	73,3	23,3	3,4	9,2 (11,2)

Згідно з даними таблиці 3.13, прості речення відчутно домінують в обох мовах і мають майже однакові показники – 76,7 % і 73,3 %, як-от:

Wir belehren die Griechen nicht (DT, 4.11.15),

"Zeitliche Vorgabe bis November ist richtig" (BZ, 12.01.07).

На другому місці за частотою серед німецьких заголовків текстів-інтерв'ю є номінативні речення (20 %), наприклад:

Missverständniss auf beiden Seiten (BZ, 28.11.07),

"Ein Symbol der Euro-Skepsis" (BZ, 30.11.06).

Для українських заголовків такий тип нехарактерний. Тут часом використовують заголовки, виражені складнопідрядними реченнями, як-от:

Лілія ШЕВЦОВА: Україна може відіграти роль моста, який зближує, притягує Росію до Європи (День, 13.01.07).

За довжиною німецькі заголовки стисліші за українські й тому, з погляду адресата, інформаційно легше сприймаються.

Німецька ініціальна частина відрізняється від української частим (90 %) використанням підзаголовків. Роль підзаголовка полягає у розшифровці, як вже зазначалося, переважно незрозумілого заголовка. Так, наприклад, заголовок *Denken Sie an Bill Clinton*, що навіть читачеві різні асоціації, має підзаголовок *Ministerin Wieczorek-Zeul über Entwicklungshilfe und Rüstungsmilliarden* (BZ, 10.11.06), який дещо звужує очікувану тематику. Отже, підзаголовок дає додаткову, конкретизувальну інформацію, певним чином роз'яснює заголовок, що уможлиблює краще розуміння теми розмови з політиком. На це вказує невикористання лапок, які обмежують журналіста в варіюванні висловлювань.

Як показав аналіз німецьких підзаголовків, їх можна поділити на 4 синтаксичні типи:

- 1) просте речення (44,4 %);
- 2) міні-текст (37,1 %);
- 3) номінативне речення (14,8 %);
- 4) конструкція [ім'я] [прізвище] [:] [речення] (3,7 %).

До першого типу можна віднести третій і четвертий типи, оскільки їх можна розглядати як еліптичні речення. Але використання того чи іншого типу підзаголовка, як показує аналіз текстів-інтерв'ю, зумовлено темою інтерв'ю, структурою вступної частини, а також інтенцією автора тексту.

На першому місці в ролі підзаголовка використовують прості речення, які побудовані за схемою: [хто] [повідомляти] [щось]. У ролі [хто] виступає респондент. Компонент [повідомляти] окрім своєї основної функції може нести також певну (позитивну чи негативну) оцінку змісту повідомлення, тобто [чогось]. Наприклад:

Der Unions-Politiker Andreas Schockenhoff begrüßt die neue Strategie des US-Präsidenten für den Irak. (BZ, 12.01.07),

Der US-Politologe John Hulsman prophezeit schwere Richtungskämpfe um den außenpolitischen Kurs der Vereinigten Staaten (BZ, 23.11.06).

Наведена у цьому прикладі синтаксична конструкція може модифікуватися у 4-й тип підзаголовків, який побудовано за схемою [xmo] [:] [що]. Використання двокрапки дозволяє опускати присудок. Часом цим пунктуаційним знаком передають пряму мову респондента, уникаючи втручання в цитату. Наприклад:

Richard Holbrooke: Merkel sollte die Irak-Politik Washingtons frei heraus kritisieren (BZ, 18.01.07).

Для більш нейтрального подання підзаголовка використовують 3-й тип – номінативне речення (пор. [211]). Цей тип підзаголовка побудовано за схемою: [xmo] *pro* [що]. Тут опускається *verba dicendi*, що може нести певну модальну оцінку повідомлення. Наприклад:

Staatssekretär Fuchtel über deutsche Hilfe (DT, 4.11.15),
Günter Verheugen über die Zukunft der Europäischen Union und ihre Verfassung (BZ, 30.12.06).

Серед підзаголовків виділяється особливо другий тип – міні-текст. Його використовують зазвичай в тому випадку, коли немає ліду. Саме тому цей тип підзаголовка нагадує лід. Він побудований за схемою: [ключове слово] [*titre*] [*текст до 4 речень*]. В якості ключового слова виступають загальні вказівки на місце події, організацію тощо, наприклад, NAH-OST, BUNDESWEHR. Вони надають читачеві інформаційні орієнтири. Так, наприклад, надзаголовок INNERE FÜHRUNG конкретизується ключовим словом підзаголовка BUNDESWEHR-SKANDAL, оскільки із надзаголовка і заголовка не зрозуміло про що йдеться в цьому інтерв'ю (див. нижче наведений приклад). Після ключового слова слідує міні-текст, у якому коротко повідомляють про ситуацію.

(H3) INNERE FÜHRUNG

(3) "Die Kontrollmechanismen haben grundsätzlich nicht versagt"

(ПЗ) BUNDESWEHR-SKANDAL – Wegen der Totenschändungen in Afghanistan hat der Verteidigungsminister mehrere Soldaten vom Dienst suspendiert. Die Ausbildung soll überprüft werden. Doch die Affäre weitet sich aus, immer neue Bilder tauchen auf. (BZ, 28.10.06)

У наведеному підзаголовку стисло передається основний зміст тексту-інтерв'ю: через опоганення померлих в Афганістані міністр оборони звільнив з лав армії багатьох солдат, громадськість все більше довідується про нові подробиці цього ганебного вчинку.

3.6.3.2 ф-фрактал текстів-інтерв'ю. Наступним фракталом тексту-інтерв'ю є лід. Основна його функція полягає в стислому інформуванні читача щодо теми статті. Як показав зіставний аналіз проміжних фракталів у німецькій і українській вибірках, в обох медіапрактиках спостерігаємо суттєві розбіжності щодо їх дизайну, будови й обсягу. Якщо в українській мові лід зафіксовано у всіх текстах-інтерв'ю, то в німецькій він трапляється не завжди. Кількість німецьких текстів-інтерв'ю із проміжним фракталом склала 70 %. Український проміжний фрактал виділяють жирним шрифтом і темним фоном, тоді як німецький передує основному тексту без особливих графічних маркерів як перший абзац, подібно до інших видів газетно-публіцистичних текстів.

Проміжні фрактали обох медіапрактик різняться, перш за все, своєю структурою. Німецький ф-фрактал включає такі компоненти, як місце дії (ДЕ), подія, проблема (ЩО), респондент (ХТО), а також додаткову інформацію про респондента (ЯКИЙ). Німецький ф-фрактал містить у середньому 2,6 речення. За синтаксичним типом речень (див. табл. 3.14) домінують прості речення (61,2 %), за ними йдуть складнопідрядні (29,6 %), складносурядні (5,4 %), паратактично-гіпотактичні (1,9 %) та номінативні речення (1,9 %).

Для наочності наведемо приклад типової вступної частини німецького тексту-інтерв'ю:

(НЗ) Interview

(З) "Deutschland spielt eine entscheidende Rolle"

(ПЗ) *EU-Außenbeauftragter Javier Solana über Afghanistan, Außenminister Steinmeiers Probleme und die EU-Präsidentschaft*

(φ-фрактал) *Die internationale Gemeinschaft hat ihre Hilfszusagen für Afghanistan auf einer Konferenz gestern in Berlin bekräftigt. Was sich bei den Militäreinsätzen der Isaf-Truppe ändern muss, erläuterte der EU-Außenbeauftragte Javier Solana (BZ, 01.02.07).*

Таблиця 3.14

φ-фрактали німецьких і українських текстів-інтерв'ю

Мова	Синтаксичні конструкції (%)						Середня довжина (речення)
	НР	ПМ	ПР	СПР	ССР	ПГР	
Німецька	1,9	0	61,2	29,6	5,4	1,9	2,6
Українська	0	0,5	66,3	25,9	6,3	1	6,8

Типовий український φ-фрактал складається з трьох інформаційних блоків:

- 1) опис ситуації, респондента тощо;
- 2) низка питань;
- 3) формальне речення-кінцівка.

Як варіант українського φ-фрактала зафіксовано речення, де поєднуються перші два блоки завдяки ускладненню синтаксичних конструкцій. Таких φ-фракталів у нашій вибірці виявилось 27 %. Наведемо приклад вступної частини українського тексту-інтерв'ю:

(З) *Наталія ПРОКОПОВИЧ: Невизначеність щодо НАТО негативно впливає на розвиток економіки*

(φ-фрактал) *Голова комітету Верховної Ради України з питань європейської інтеграції Наталія Прокопович нещодавно у складі української парламентської делегації відвідала Європейський парламент і брала участь у відкритті виставки «Невідомий*

геноцид», яка проходила з 26 по 30 березня у вищому законодавчому органі євроспільноти. Чи підтримують євродепутати євроінтеграційні прагнення України і як відносяться до наполягання включити перспективу членства України в ЄС у майбутню розширену угоду, яку готує до підписання Брюссель і Київ? Чи робить все можливе нинішня українська влада для того, щоб швидше Україна інтегрувалась в ЄС і НАТО, і зокрема, щоб змінити ставлення населення до Альянсу в позитивну сторону? Які загрози несе пересічним українцям невизначеність України щодо вступу в НАТО й тривале перебування в «сірій» зоні між НАТО і ОДКБ? Як може Верховна Рада сприяти пришвидшенню інтеграції нашої держави до євроатлантичних структур? Чи готові євродепутати ухвалити резолюцію про визнання Голодомору геноцидом українського народу? Про це в ексклюзивному інтерв'ю «Дню» — Наталії ПРОКОПОВИЧ, яка є також головою Міжфракційної парламентської групи з питань упровадження Порогової програми та співробітництва з корпорацією «Виклик тисячоліття» (Millennium Challenge Corporation — МСС) (День, 3.04.07).

Український ф-фрактал виконує, насамперед, інформаційно-орієнтувальну функцію, коли описується певна ситуація і наводиться низка запитань (пор. [214, с. 9]). У такий спосіб автор статті налаштовує читацьку аудиторію на певний напрям бесіди. У формальному кінцевому реченні адресант, як правило, інформує про посаду респондента, наводить додаткову уточнювальну інформацію. Типове формальне кінцеве речення можна передати такою схемою: [що] [де] [інформувати] [респондент] [додаткова інформація про респондента]. Лексично це експлікується зазвичай у такій формі: *Про це в (ексклюзивному) інтерв'ю "Дню" розкажує / повідомляє <...>*".

Аналіз синтаксичної структури українського проміжного фрактала виявив, що частка простих речень складає 66,3 %, складнопідрядних – 25,9 %, складносурядних – 6,3 %, паратактично-гіпотактичних – 1 % і прямої мови –

0,5 % (див. табл. 3.14). З них 46 % є питальними реченнями, що входять до другого блоку. Це свідчить про те, що український ϕ -фрактал тексту-інтерв'ю майже наполовину складається із запитань. Середня кількість речень у ϕ -фракталі становить 6,8, що майже вдвічі більше за відповідний німецький показник. Такий лід, за нашими спостереженнями, співвідноситься з коротким повідомленням.

Як видно з табл. 3.14, за типами речень у проміжному фракталі обох медіапрактик спостерігаємо подібний розподіл за частотою вживання, а саме:

- 1) прості речення;
- 2) складнопідрядні речення;
- 3) складносурядні речення;
- 4) паратактично-гіпотактичні речення.

Різняться вони лише наявністю в німецькому ϕ -фракталі номінативних речень, а в українському – прямої мови, яку можна віднести до одного з типів речень.

3.6.3.3 ω -фрактал текстів-інтерв'ю. Основна частина текстів-інтерв'ю в обох медіапрактиках займає найбільшу площу – приблизно 95 %. Вона складається із запитань інтерв'юера і відповідей респондента. Розглянемо кількісний бік текстів-інтерв'ю, який виявив суттєві відмінності між українським і німецькими зовнішньополітичними текстами-інтерв'ю, та спробуємо з'ясувати їх причини.

Проміжні заголовки. Однією з відмінностей українських текстів-інтерв'ю порівняно з німецькими є використання проміжних заголовків. Під ними розуміємо синтаксичні конструкції в самому тексті інтерв'ю, які тематично об'єднують від 1 до 3 блоків запитань і типографічно виділяються.

В українській медіапрактиці проміжні заголовки зафіксовано в 23 % вибірки. Це зазвичай досить розлогі тексти-інтерв'ю з повноважними представниками різних держав. Їх основна функція полягає в структуруванні інтерв'ю для більшої наочності, що одночасно й полегшує читачеві сприйняття інформації. В середньому один проміжний заголовок об'єднує 1,9 блоків-

запитань. Як приклад наведемо схематично уривки з тексту-інтерв'ю з норвезьким послом:

<...>

(1 ПрЗ) "ВИСОКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ І УСПІХ ПОВ'ЯЗАНІ З МОДЕЛЯМИ, ЯКІ МИ ВІНАЙШЛИ В ПІВНІЧНІЙ ЄВРОПІ"

— 1 блок-запитання

— 1 блок-відповідь

<...>

(4 ПрЗ) "...ЯКЩО УКРАЇНІ БУДЕ НАДАНА ПЕРСПЕКТИВА ЧЛЕНСТВА В ЄС, ТО ЦЕ НЕ ПОСТАВИТЬ НАС У НЕВИГІДНЕ СТАНОВИЩЕ"

— 4 блок-запитання

— 4 блок-відповідь

— 5 блок-запитання

— 5 блок-відповідь

<...>

(7 ПрЗ) "НЕМАЄ ЖОДНИХ ПІДСТАВ ДУМАТИ, ЩО УКРАЇНЦІ НЕ ЗМОЖУТЬ ВИРІШИТИ СВОЇ ПОЛІТИЧНІ І КОНСТИТУЦІЙНІ ПРОБЛЕМИ"

— 9 блок-запитання

— 9 блок-відповідь

— 10 блок-запитання

— 10 блок-відповідь

— 11 блок-запитання

— 11 блок-відповідь

<...> (День, 26.04.07).

Як видно з наведеного схематичного уривку тексту-інтерв'ю, проміжними заголовками переважно виступають прямі цитати з відповідей респондента, що відповідно беруться в лапки. Вони фіксують ключові моменти бесіди. Окрім

прямих цитат трапляються і непрямі цитати, які журналіст не бере в лапки. Це зазвичай номінативні речення. Автор тексту-інтерв'ю використовує їх як узагальнювальні, підсумовувальні, ключові слова або словосполучення, як-от: *Послідовність і прогнозованість / Німецьке бачення* (День, 7.11.06).

За своєю структурою проміжні заголовки можуть бути простими реченнями (55 %), номінативними (23,5 %), складнопідрядними (17,7 %), складносурядними (1,9 %) і паратактично-гіпотактичними (1,9 %) реченнями.

Запитання в німецьких і українських текстах-інтерв'ю політиків і експертів. До статистичної вибірки в українському корпусі потрапили тридцять експертних і сто двадцять текстів-інтерв'ю політиків. У німецькій вибірці – відповідно п'ятнадцять і сто тридцять п'ять. Тексти-інтерв'ю з експертами менші за обсягом, ніж інтерв'ю з політиками в обох медіапрактиках. Так, середній показник кількості запитань в українських текстах-інтерв'ю з експертами складає 6,5 речень, а текстах-інтерв'ю з політиками – 12,6 речень. У німецькій мові цей показник складає відповідно 5,7 і 8,6 речень. Встановлена розбіжність пояснюється насамперед прагматичним аспектом: тема бесіди в експертних текстах-інтерв'ю обмежена певною проблемою, за рамки якої діалог не виходять. Водночас в українській медіапрактиці спостерігаємо значну розбіжність за кількістю запитань між текстами-інтерв'ю з експертами і політиками (12,6 : 6,5), у німецькій – вона не така суттєва (8,6 : 5,7). Причина, як показує зіставний аналіз текстів, лежить передовсім у факторі спонтанність-статичність. Відповіді в українських текстах-інтерв'ю, за нашими спостереженнями, ґрунтовно підготовлені, насичені статистичними й іншими інформаційними фактами, які в спонтанній розмові не одразу спадуть на думку респонденту. До того ж багато українських інтерв'ю взято у дипломатичних осіб, що накладає на них певний відбиток офіційності, інформативності тощо.

Блоки запитань і відповідей в німецьких і українських текстах-інтерв'ю. Як показало комплексне зіставлення обох медіапрактик, українські тексти-інтерв'ю за обсягом більші за німецькі. Так, при однаковій кількості

українських і німецьких текстів-інтерв'ю було використано відповідно по 1704 і 1241 блоків запитань. Під блоками запитань розуміємо логічно побудоване, складне синтаксичне утворення, що використовується автором для отримання відповіді. Іншими словами – це запитання, виражене як складне синтаксичне ціле (надфразова єдність). Середній показник таких блоків запитань на одне інтерв'ю складає 11,4 в українському і 8,3 в німецькому тексті-інтерв'ю. Як відповіді в українських текстах було отримано 14396 синтаксичних конструкцій, а в німецьких – 4688, що складає відповідно по 8,4 речень в українському блоці-відповіді та 3,8 речень – у німецькому (див. табл. 3.15). Під синтаксичними конструкціями розуміються різні види речень, тобто такі самостійні синтаксичні одиниці, які несуть певне функціональне навантаження і на письмі відокремлюються крапкою, трикрапкою, знаком питання і оклику.

Таблиця 3.15

Кількісне співставлення синтаксичних конструкцій
в ω -фракталі текстів-інтерв'ю

Мова	Блок запитань		Блок відповідей	
	Абсолютна кількість	Середня кількість на одне інтерв'ю	Абсолютна кількість	Середня кількість речень у блоці
Німецька	1241	8,3	4688	3,8
Українська	1704	11,4	14396	8,4

Згідно з даними таблиці 3.15, українські тексти-інтерв'ю кількісно більші за німецькі і щодо кількості запитань на один текст-інтерв'ю, і щодо обсягу середньої відповіді респондента. Це зумовлено, на нашу думку, різними підходами до подання цього жанру у зіставлених медіапрактиках. У німецькій медіакультурі прагнуть надати йому форми реальної усної бесіди, а в українській спостерігаємо тенденцію до письмової форми отримання інформації від респондента.

Синтаксичні типи запитань у німецьких і українських текстах-інтерв'ю. Запитання автора інтерв'ю, як показало дослідження, – це не просто одне просте запитання, а складне синтаксичне утворення. Воно може складатися як з одного простого запитання, так і з вихідної тези з низкою різних запитань, утворюючи таким чином завершене логічне ціле. Так, в українських блоках запитань зафіксовано 2889 синтаксичних конструкцій, а в німецьких – 1594, тобто на кожен український блок запитань припадає в середньому 1,7 речень, а на німецький – 1,3. Це вказує на загальну тенденцію в німецькому медійному дискурсі до стислості при оформленні запитання в текстах-інтерв'ю. Адже, чим довшим є запитання, тим більше ймовірність того, що респондент не дасть відповіді на все запитане. Ця відмінність ще раз вказує на те, що українські тексти-інтерв'ю є більш "письмовими", а німецькі "усними".

Розглянемо запитання з синтаксичної точки зору (див. табл. 3.16).

Таблиця 3.16

Синтаксичні типи запитань у німецькому й українському блоках запитань

Мова	Синтаксичні типи запитань (%)				
	НР	ПР	СПР	ССР	ПГР
Німецька	2,8	75,2	17,9	3,5	0,3
Українська	1	49,9	46,1	1,4	1,6

Перше місце в обох мовах посідає просте речення: 49,9 % в українській і 75,2 % в німецькій. При цьому, якщо в німецькому блоці запитань прості речення відчутно переважають (хі-квадрат дорівнює 13,90, коефіцієнт взаємної спряженості $K = 0,26$), то в українському блоці запитань вони складають лише половину від загальної кількості.

На другому місці в обох медіапрактиках знаходяться складнопідрядні речення: 46,1 % в українській і 17,9 % у німецькій. В українському блоці запитань складнопідрядні речення за кількістю майже дорівнюють простим

реченням (49,9 % і 46,1 %). На це вказує і статистично значущий показник χ^2 -квадрат для українських складнопідрядних речень, який складає 18,16 при коефіцієнті взаємної спряженості Чупрова 0,30. Однією з причин такого розподілу є те, що українські автори при запитанні поєднують тезу, оцінку і запитання в одному реченні через його ускладнення підрядним зв'язком. Наприклад, запитання:

Про що, на вашу думку, свідчить стриманість глави російського зовнішньополітичного відомстві Сергія Лаврова, коментар якого після переговорів був дуже короткий і характеризувався словом "побачимо"? (День, 4.11.06).

У німецькому блоці запитань підрядні речення означення переважно використовують як поширений атрибут або оформлюють запитання двома простими реченнями, що значно полегшує респонденту сприйняття запитання. Відсоток складносурядних, паратактично-гіпотактичних і номінативних речень невеликий. Правда, якщо в українських текстах серед них переважають паратактично-гіпотактичні речення (1,6 %), то в німецьких – складносурядні речення (3,5 %). Частка номінативних речень у німецьких текстах (2,8 %) також більша, ніж в українських (1 %). Все це свідчить про те, що в німецьких текстах-інтерв'ю журналісти прагнуть до збереження в діалогах рис розмовного стилю, а в українських текстах-інтерв'ю автори використовують більше елементи літературно-писемної мови.

Коефіцієнт лінійної кореляції між розподілами за синтаксичними типами в українських і німецьких блоках запитань склав 0,82. Це свідчить про наближений розподіл синтаксичних конструкцій у німецьких і українських блоках запитань.

Ознаки запитань у німецьких і українських текстах-інтерв'ю. За ознакою "відкрите-закрите запитання" в обох вибірках спостерігаємо майже однаковий пропорційний розподіл. У німецькій медіапрактиці закриті запитання, тобто такі, коли на початку речення не вживають питальних слів, склали 22 %, а в українській – 30 %. Такими запитаннями інтерв'юер

намагається спрямувати респондента в потрібне русло розмови й отримати якомога конкретнішу відповідь. Наприклад:

Чи наполягатиме Грузія, щоб російські миротворці пішли з Абхазії та Південної Осетії? (День, 4.11.06)

В українській вибірці вони переважно виражаються реченнями з питальною часткою *чи* або розповідними реченнями з питальним знаком, як-от:

<...> Цей вибір був також зумовлений нормальними відносинами з Азербайджаном? (День, 4.11.06)

У німецькій журналістській практиці закриті запитання оформлюють як розповідні речення з питальним знаком або зворотним порядком слів. Наприклад:

<...> Steht die internationale Hilfsorganisation für das Land fünf Jahre nach ihrem Beginn vor dem Scheitern? (BZ, 10.11.06)

Такі запитання надають діалогу більшої динаміки. В той же час відповіді на закриті запитання можуть бути короткими, однослівними, що вимагатиме додаткові уточнювальні запитання від автора інтерв'ю.

У німецькій й українській медіапрактиках домінують відкриті запитання, тобто такі, коли використовують питальні слова *що, де, хто, коли, чому* та інші. Наприклад:

Кого ви бачите в ролі гарантів? (День, 4.11.06)

Яку роль міг би зіграти ЄС у вирішенні цієї проблеми? (День, 4.11.06)

Was ist Ihre Vision für Irak? (BZ, 18.01.07)

<...> Welche Vorteile bringt das? (BZ, 30.12.06)

Це головний тип запитань, після якого очікується повна, розлога відповідь. При відкритих запитаннях інтерв'юер залишає респонденту вільний простір і останній може відхилитися від прямої відповіді.

В обох мовах у блоці-запитанні використовують поєднання тези і запитання. Таким чином подається попередня інформація, припущення, проблема тощо. Після цього ставиться коротке запитання. Наприклад:

Повідомлялося, що Грузія наполягатиме на реалізації

"двостороннього шляху" в ході процесу переговорів. Що це означає на практиці? (День, 4.11.06)

Aus Äußerungen des Präsidenten kann man den Eindruck gewinnen, er würde Iran eher angreifen, als mit dem Regime zu sprechen. Halten Sie einen Angriff auf Iran für denkbar? (BZ, 18.01.07)

Як показав кількісний аналіз, частіше такий спосіб побудови блоку запитання трапляється в українській медіапрактиці. Тут у середньому використовують 1,7 речень. У німецькій мові цей показник складає 1,3 речень. Для типового українського запитання характерно поєднання тези і самого запитання через складнопідрядні відношення (46,1 %). Наприклад:

Чи можна очікувати, що новий лідер Туркменістану може піти на шлях альтернативного російському маршруту постачання газу в Європу, що таким чином диверсифікувати маршрути експорту голубого палива? (День, 28.12.06)

Ще однією характерною відмінністю української медіапрактики є активне використання подвійного, і, навіть, потрійного запитання в одному блоці-запитанні. Наприклад:

Після Москви ви вдвох із міністром закордонних справ приїхали до Києва. Які питання вирішуєте ви тут? Чи, можливо, намагаєтеся заручитися підтримкою України? (День, 4.11.06)

У німецьких текстах-інтерв'ю таких випадків не зафіксовано. Як видно з наведеного прикладу, друге питання лише уточнює перше. Воно є зайвим, оскільки надає запитанню інформаційної надлишковості.

В обох мовах трапляються випадки, коли замість питального речення використовують стверджувальне. Наприклад:

Das macht pro Jahr in Ihrem Etat mehr als vier Milliarden Euro – und Kritiker sagen, schon das sei zu viel. (BZ, 10.11.06)

Ви, мабуть, чули висловлювання одного з українських політиків, який сказав, що коли Янукович захоче вступити до НАТО, то Україна зможе справді вступити до цієї організації. (День, 11.11.06)

У подібних реченнях зазвичай міститься приховане запитання, яке прив'язується до сказаного раніше як антитеза. Інтерв'юера у такий непрямий спосіб ненав'язливо запрошують до озвучення власної думки щодо висловленого журналістом судження.

Відповіді в українських і німецьких текстах-інтерв'ю. Як показує контрастивний аналіз обох вибірок відповідей, кількісно український корпус майже втричі більший за німецький і на кожне запитання припадає в українському тексті-інтерв'ю 8,5 речень, а в німецькому – 3,8 речень. Це, певною мірою, вказує на різні бачення текстів-інтерв'ю в обох медіапрактиках. Німецькі журналісти прагнуть до збереження в текстах-інтерв'ю рис розмовної діалогічності, коли відповіді не перетворюються на розлогий монологічний виступ і журналіст виступає активним співрозмовником. Українські ж тексти-інтерв'ю можна схарактеризувати як більш монологічні, де роль журналіста зводиться до фіксації виступу респондента.

У блоках-відповідях обох мов трапляються подібні синтаксичні типи речень, що і в блоці запитань (див. табл. 3.17). Найбільші показники встановлено для простих (44,7 %) і складнопідрядних речень (39,9 %) у німецькому корпусі, а в українському – для складнопідрядних (45,2 %) і простих речень (41,3 %). Розподіл типів речень за кількістю в обох вибірках приблизно однаковий, про що свідчить високий показник коефіцієнта лінійної кореляції. Він дорівнює 0,99.

Таблиця 3.17

Синтаксичні конструкції в німецькому й українському блоках-відповідях

Мова	Синтаксичні конструкції (%)				
	НР	ПР	СПР	ССР	ПГР
Німецька	2,7	44,7	39,9	10	2,7
Українська	1,2	41,3	45,2	8,4	3,8

Домінування в українських блоках-відповідях складнопідрядних речень

обумовлено частим використанням підрядних додаткових речень, як-от:

Ми вважаємо, що <...> (День, 4.11.06),

Я можу абсолютно сказати, що <...> (День, 4.11.06),

Ні, я не думаю, що <...> (День, 27.04.07).

У німецькому тексті-інтерв'ю частіше використовують елементи розмовної форми діалогу, наприклад:

Das ist falsch. Ich bitte Sie. (BZ, 10.11.06),

Ich glaube schon. <...> (BZ, 30.12.06),

Viel mehr. <...> (BZ, 30.12.06).

У німецькій медіапрактиці часто трапляються іменникові конструкції, слова-речення, як-от: *nein, vielleicht* тощо. В обох мовах трапляються риторичні запитання, ремарки автора. Але якщо в німецькому корпусі це стосується емоцій респондента, то в українському – редакційні роз'яснення скорочень, додаткова інформація.

В українських відповідях респонденти вдаються до логічного поділу відповідей на пункти. Наприклад:

По-перше, у Києві я чую дуже багато коментарів щодо різних політичних систем, і часто порівнюють, наприклад, британську політичну систему та французьку. <...> По-друге, ми в Західній Європі маємо визнати, що впроваджувати зміни — це складне завдання. <...> По-третє, національний консенсус — ось що потрібно тут, в Україні. (День, 13.03.07)

Така логічна деталізація обумовлена, насамперед, досить розлогими відповідями, що вказує на ретельну підготовку респондентів до інтерв'ю. Особливо показове в цьому відношенні текст-інтерв'ю з казахським послом в Україні в газеті *День* за 19.12.06, де загальна кількість речень-відповідей склала 172 речення при 13 запитаннях, тобто в середньому по 13,2 речення на запитання.

Фінальна частина текстів-інтерв'ю. В українському і німецькому текстах-інтерв'ю використовують експліцитні сигнали про закінчення діалогу.

Типовим сигналом завершення в німецькому тексті-інтерв'ю є типографічно виділене просте речення: *Das Gespräch führte [NOMINA PROPRIA]*. Варіантом закінчення тексту-інтерв'ю може бути *Das Gespräch / Das Interview: [NOMINA PROPRIA]*. У німецькій медіапрактиці *nomina propria* журналіста зазвичай передають повністю, наприклад, *Andreas Schutz, Joachim Frank*. Для німецької медіапрактики характерні також інтерв'ю, авторами яких виступають два журналісти, що, відповідно, відображається в кінцевому реченні. Для української завершальної частини текстів-інтерв'ю притаманна проста фіксація автора тексту з вказівкою на його приналежність до газети, наприклад: *Микола Сірук, "День"*.

3.6.4 Мікроструктура текстів-інтерв'ю. Німецькі й українські тексти-інтерв'ю, на відміну від інформаційних газетних медіатекстів з зовнішньополітичною тематикою, використовують поруч з домінуючим офіційно-діловим стилем елементи розмовного стилю. Як показує зіставний аналіз матеріалу, в німецьких текстах-інтерв'ю це виявляється більшою мірою, ніж в українських. Причиною такої розбіжності є різні підходи до створення цього жанру в обох медіакультурах. Якщо німецькі журналісти намагаються зробити інтерв'ю більш жвакими, інтригуючими, з провокативними запитаннями, тобто наближеним до реальності, то українські інтерв'ю можна схарактеризувати як послідовність добре продуманих і підготовлених запитань і відповідей, що обумовлено, головним чином, вибором респондента і тематикою бесіди.

Домінування офіційно-ділового стилю і обрана тематика інтерв'ю впливає на лексичне наповнення досліджуваних текстів. Це нейтральна лексика, зрозуміла пересічному німецькому й українському читачеві. Певної складності в українському корпусі створюють поряд з відомими скороченнями *НАТО*, *ООН*, *СОТ* такі нові скорочення, які можна віднести до політичної фахової лексики і які не завжди пояснюються в тексті, наприклад: *РВЗДА* (Рада з взаємодії і заходів довіри в Азії), *ЄПС* (Європейська політика сусідства), *ВРУ*

(Верховна Рада України), ПДЧ (План дій щодо членства в Альянсі) тощо. В німецькому корпусі скорочень зафіксовано набагато менше, наприклад: *G8, die ISAF, EU* тощо. Вони вже добре відомі пересічному німецькому читачеві.

У словотвірному плані для аналізованих текстів характерне використання складних слів. В українській вибірці це переважно такі лексеми, як *монозалежність, нацбезпека, євроінтеграція, євродепутат, європрагматики, євrorиторика* тощо. В німецькому корпусі домінують складені слова, як-от: *der Ratifizierungsprozess, das Beitrittsland, der Irak-Einsatz, die Euro-Skepsis, die Zypern-Frage, der Atomwaffensperrvertrag* тощо.

В українських і німецьких текстах-інтерв'ю часто трапляються стилістичні фігури, що певним чином робить тексти більш художніми, ніж інші види текстів зовнішньополітичної тематики. Це, насамперед, епітети: *so eine schwammige Formulierung* (BZ, 23.10.06), *die kafkaeske Lage* (BZ, 8.02.07), *конструктивний діалог* (День, 13.03.07); персоніфікація: *Нічого не робиться за спиною суспільства* (День, 27.12.06), *<...>, dass Algerien vor Parlamentswahlen steht* (BZ, 13.04.07); метафори: *гілка влади* (День, 28.12.06), *політика відкритих дверей* (День, 24.02.07), *die Achse des Bösen* (BZ, 7.12.06) тощо.

Серед метафор в українських інтерв'ю часто трапляються перенесення значення з таких сфер, як-от:

- спорт: *правила гри на європейському полі* (День, 23.11.06), *як балансування між двома блоками* (День, 5.12.2006), *бути більш активним гравцем в Чорноморському регіоні* (День, 24.02.07);
- кулінарія: *добре знає кухню законодавчого органу* (День, 23.11.06), *апетиту тієї чи іншої країни* (День, 24.02.07);
- мореплавство: *євроатлантичний курс* (День, 23.11.06), *піти на радикальні зміни курсу країни* (День, 6.03.07);
- орфографія: *уже не ставлять крапку, а кому* (День, 29.11.06);
- медицина: *почуття патріотизму <...> забезпечує сильний імунітет до зовнішніх впливів <...>* (День, 5.04.07);

- природа: *Казахстан оминула хвиля кольорових революцій* (12.12.06), *умови інвестиційного клімату* (День, 12.12.06).

У німецькому корпусі метафори походять переважно з таких сфер, як-от:

- спорт: *Aber der Ball liegt in der türkischen Spielhälfte* (BZ, 30.11.06) ;
- військова справа: *Insbesondere einige Kollegen aus der CSU sollten verbal abrüsten* (BZ, 30.11.06);
- мореплавство: *Die Neokonservaten verlassen das sinkende Schiff* (BZ, 23.11.06).

Серед метонімій в обох корпусах домінують традиційні територіальні і функціональні перенесення, наприклад, *МЗС = на Михайлівській площі, Німеччина = Берлін, Італія = Рим, Росія = Кремль, Москва, США = Білий Дім, Вашингтон, Verfassungsgericht = Karlsruhe, die USA = Washington, Bundeskanzlerin = Angela Merkel; CO2-Dreckschleuder = Kohlenkraftwerk* тощо.

Як показав зіставний аналіз обох мов, спостерігається часте використання фразеологізмів в їх широкому розумінні. У німецькому корпусі це переважно стали словосполучення, як-от: *die Interessen vertreten, in Gang bringen, in Kraft sein, etw. zu Ende bringen, Kurs halten, ins Stocken geraten, unter Kontrolle bringen, in die Pflicht nehmen* тощо. В українському корпусі палітра сталих словосполучень більш різноманітна. Тут зафіксовано фразеологічні сполучення: *поставити крапку, порушити питання*, фразеологічні зрощення, єдності, прислів'я: *працювати не покладаючи рук* (День, 4.04.07); *а віз і нині там* (День, 3.04.07); *Номінація не буде йому піднесена на тарілочці* (День, 4.04.07); *Сказавши А, ви змушені сказати Б* (День, 6.03.07); *У нас кажуть, що де два українці, там три гетьмани* (День, 14.04.07); *Ахіллесовою п'ятою України* (День, 24.02.07).

У досліджуваних медіапрактиках активно використовують запозичення, насамперед з англійської мови: *месидж, саміт, імідж, веб-сайт, тендер, праймеріз, boomen, der Blogger, die Roadmap, das Team, der Trend, das Lohndumping* тощо, і шведської – *омбудсмен, der Ombudsmann*.

3.6.5 Лінгвокультурологічний аспект. Одним з екстралінгвістичних чинників впливу на тексти-інтерв'ю є, без сумніву, їх тематика. Відповідно до теми бесіди обирається відповідна лексика, стратегія і тактика ведення бесіди журналіста з респондентом. У досліджуваному корпусі обох друкованих видань за один і той же період було встановлено, що в українському і німецькому зовнішньополітичному дискурсах домінують різні теми. Це зумовлено, насамперед, різними політичними інтересами держав, різними позиціями на світовій політичній арені.

Для порівняння беремо період у сім місяців (з жовтня 2006 по квітень 2007). Німеччина в цей час головує в Раді ЄС і веде активну зовнішню політику. Україна через складну внутрішньополітичну боротьбу лише намагається визначитися з напрямом свого зовнішньополітичного вектора розвитку. За цей період німецькі інтерв'ю були присвячені таким темам: 1) іракська проблема (20 %); 2) внутрішні питання ЄС (13 %); 3) ситуація в німецькій армії після скандального випадку в Афганістані (10 %); 4) миротворчі операції німецьких солдат за кордоном (10 %); 5) польсько-німецькі відносини (7 %); 6) проблеми Близького Сходу (7 %), а також проблеми глобалізації, відвідання Туреччини Папою Римським, відношення між Туреччиною і ЄС, майбутнє Сербії, тероризм, екологія і внутрішня ситуація в Польщі.

Основними темами українських текстів-інтерв'ю за згаданий період були: 1) відношення Україна-НАТО (23 %); 2) аналіз внутрішньої ситуації в Україні (13 %); 3) Україна між США і Росією (13 %); 4) Придністровська проблематика (7 %), а також про нацизм в Німеччині, права людини в Україні, роботу німецького посольства в Києві, політичну і економічну ситуацію в Казахстані (7 %), грузино-абхазький конфлікт, українсько-норвезькі, українсько-хорватські, українсько-словенські і українсько-туркменські відносини.

Як видно з перелічених тем текстів-інтерв'ю, в німецькому зовнішньополітичному дискурсі переймаються, насамперед, загальноєвропейськими проблемами зовнішньої політики в світлі актуальних

міжнародних подій. В українському ж дискурсі в центрі уваги знаходяться відношення України до різних держав, політичних установ тощо у світлі внутрішньополітичних проблем. Це підтверджують отримані з допомогою статистичної програми TextStat 2 дані про частотні лексеми в обох вибірках. Якщо в німецькому друкованому виданні за цей час домінують такі лексеми, як *Deutschland, Europa, EU, USA, Afghanistan*, то в українському – *Україна, НАТО, ЄС, членство, інтеграція*.

Розгляд тематики інтерв'ю не можна вважати повним без аналізу респондентів в обох вибірках. Саме респонденти своїми персоналіями об'єктивно впливають на хід бесіди та її лексичне наповнення. За період з жовтня 2006 по квітень 2007 у німецьких інтерв'ю респондентами були переважно німецькі політики та посадовці (70 %), і лише 30% – політичні діячі інших держав. У ролі респондентів українських інтерв'ю виступали головним чином політичні діячі та посадовці інших країн (77 %). Серед них 33 % – це дипломатичні представники іноземних держав в Україні і 27 % – державні службовці. Очевидно, саме ця обставина пояснює те, що українським текстам-інтерв'ю, на відміну від німецьких, більш притаманні ознаки офіційно-ділового стилю.

3.6.6 Невербальний аспект. Цей медійний жанр досить часто супроводжують невербальні знаки, які додають йому певної візуалізації, привабливості та додаткової інформації. Таким чином створюється складне семіотичне утворення з вербальної та невербальної частин, які взаємодоповнюють одна одну і сприймаються як єдине ціле.

Невербальні елементи в текстах-інтерв'ю обох мов є їх невід'ємним складником. Вони, як і заголовки, виконують, у першу чергу, функцію привернення уваги читача до тексту, структурування тексту, а також полегшення сприйняття інформації. Під невербальними елементами газетного тексту-інтерв'ю розуміємо всі графічні немовні знаки, а саме: світлини, графіки та елементи дизайну.

Поряд зі спільними загальними ознаками, що притаманні будь-якому тексту-інтерв'ю, досліджувані тексти обох медіапрактик мають свої невербальні особливості. Це пов'язано, мабуть, як з чинними традиціями в німецькій й українській медіакультурах, так і з особливостями певного друкованого видання. На відміну від німецьких щоденних газет українські не мають такого потужного кадрового і технічного забезпечення, що, відповідно, відображається на шпальтах цих видань.

Однією з центральних відмінностей обох медіапрактик полягає у ролі світлин, яку вона відіграє при оформленні цього жанру. Якщо в німецькому тексті-інтерв'ю цьому складовому компоненту приділяють багато уваги, то в українському вимоги до фотографій, за нашими спостереженнями, не такі високі. Це стосується як їх розміщення, так і самого візуального зображення. В німецькій медіапрактиці їх розміщують переважно по центру під заголовком в середині тексту, розбиваючи навпіл текст діалогу, створюючи тим самим більше простору в текстовій частині. В українському тексті-інтерв'ю світлину із заголовком і лідом, як правило, наводять в лівій частині тексту, далі декількома стовпчиками (4–6) розташовують сам текст. У німецькому тексті-інтерв'ю намагаються не нагромаджувати текстовий матеріал, а розташовувати його рівномірно, симетрично на сторінці.

Проаналізовані тексти-інтерв'ю різняться підходом щодо міри використання світлин як додаткового невербального компонента в текстах-інтерв'ю. В німецькому корпусі всі тексти-інтерв'ю надруковано з фотографіями респондентів, а деякі тексти мали також по додатковій фотографії до теми бесіди. В українському корпусі світлини зафіксовані у 90 % текстів-інтерв'ю. При цьому в 13 % цих фотографій зображено не респондентів, а певні ситуації до теми бесіди.

В обох мовах спостерігаємо відмінності у способі зображення респондентів на фотографії. В українській і німецькій медіапрактиках респондента зазвичай зображують в анфас, хоча трапляються й світлини респондента в сидячій позиції. Переважна більшість світлин у *Berliner Zeitung*

та інших виданнях – це зображення обличчя респондента, що нехарактерно для українських газет.

Світлину супроводжують такі важливі реквізити як вказівка на джерело і підзаголовок. Це притаманно всім німецьким фотографіям. Як джерело світлин виступають провідні інформаційні агентства *Reuters, dpa* тощо. Підзаголовок у німецьких світлинах можна схематично зобразити таким чином: [хто], [посада], [вік], [додаткова інформація]. У підзаголовку завжди наводять два перших елементи, решта є факультативними. На відміну від німецьких світлин українські не є такими стандартизованими в оформленні. Джерелом фотографії тут може бути власний кореспондент, провідне інформаційне агентство, або архів газети. Особливістю української медіапрактики є використання фотографій без вказівки на її джерело. В газеті *День* не простежується прототипність оформлення підзаголовка фотографій. В 59 % українського корпусу фотографії зовсім не мають підзаголовку. Одним з пояснень такого оформлення в українській медіапрактиці вважаємо те, що світлини розміщуються під загальним заголовком тексту-інтерв'ю, який певним чином виконує паралельно роль підзаголовка для світлини, оскільки він містить ім'я респондента й інформаційне ядро надрукованого інтерв'ю.

До невербальних відмінностей текстів-інтерв'ю в обох медіапрактиках можна також віднести їх різне типографічне оформлення. Якщо в німецьких текстах-інтерв'ю запитання виділяють курсивом з пробілом зверху і знизу, то в українських текстах цього досягають жирним шрифтом і абзацом з дефісом. З візуального погляду перший спосіб виокремлення різноплановості тексту є, на нашу думку, більш гармонійний, ніж нагромадження тексту відповідей респондента і виділення запитань журналіста жирним шрифтом.

3.7 Німецькі тексти-коментарі

Коментар як медіатекст належить до газетно-публіцистичного аналітичного жанру (пор. [60; 68; 315; 474]). За допомогою цього виду медіатекстів журналісти намагаються інтерпретувати і роз'яснити адресату події та явища політичного, суспільного та економічного життя. Домінуючими функціями таких текстів є оцінка події, стану, процесу, а також вираження авторського ставлення до цього.

Зіставлення зовнішньополітичних медіапрактик у німецьких і українських щоденних газетах показало, що в українських виданнях не трапляються експліцитно виражені ситуативні відповідники німецьких зовнішньополітичних коментарів. Українські коментарі, наприклад, у газеті *День*, – це коментарі-думки фахівців, опитаних журналістом і приєднаних як додаток до інформаційної публікації без відповідного оформлення. Як слушно зазначає О. Надточій [176], аналізуючи коментарі в щотижневому виданні "Український тиждень", для сучасної української преси характерний інтенсивний процес дифузії різнотипних жанрів і коментаря зокрема. Якщо в німецькій медіапрактиці прагнуть чітко розмежувати інформаційні й аналітичні жанри, то в українській пресі відбувається синкретизм жанрів. Через зазначену невідповідність між обома медіапрактиками обмежуємося розглядом конвенційного зовнішньополітичного щоденного коментаря в німецькій пресі.

Матеріалом дослідження слугують тексти-коментарі, проаналізовані упродовж 2002–2015 рр. у провідних німецькомовних виданнях. Статистичні обрахунки проведено на вибірці, яка складається з 300 текстів-коментарів.

У німецькій медіапрактиці коментарі друкують традиційно на спеціально відведених сторінках. Експліцитним маркером для них є загальний заголовок "Kommentare". Зазвичай, коментарі в німецькомовних виданнях розташовують одразу після титульної сторінки в розділі *Meinung* і типографічно відокремлюють від інших видів текстів.

3.7.1 Попередні дослідження. Газетні коментарі були об'єктом різнопланових досліджень (пор. [119; 176; 515; 516; 598; 618]). Ціла низка публікацій в цій царині належить німецькому науковцю Г. Ленку, який зіставляв коментарі у німецько-, фінсько- й англійських щоденних газетах щодо їх форми та функцій [463; 464; 466; 467]. Коментар як вид тексту розглядають оглядово в своїх працях Г. Бургер [315], Г. Люгер [474] та інші мовознавці (пор. [536; 583; 601]). Автори роблять загальні висновки на основі власних спостережень, які не ґрунтуються на достатній вибірці. Останнім часом намітилася тенденція до жанрових контрастивних студій [272; 464; 517; 541], що допомагає побачити макро- і мікроструктурні розбіжності / подібності з перспективи іншої мовної культури. Так, наприклад, Н. Бубенхофер і К. Шпіс встановили на основі тематичної вибірки з німецьких і швейцарських друкованих і електронних газет частотні дієслова, інтенсифікатори, характерні для цього жанру [309]. У більш прагматичному напрямі проведено дослідження М. Петкова-Кессанліс, яка зіставила німецький, люксембурзький, два болгарських і грецький коментарі на висловлювання прем'єр-міністра Великобританії Кемерона про емігрантів і виявила різні лінгвокультурні ставлення до зазначеної проблеми.

3.7.2 Макроструктура тексту-коментаря. Структура сучасного газетного коментаря не є такою шаблонною, як це спостерігається у інформаційних медіатекстах чи текстах-інтерв'ю. За своєю макроструктурою у тексті-коментарі типографічно виокремлені три складники:

- 1) заголовок,
- 2) вказівка на автора,
- 3) текст.

α -фракталом виступає заголовок з вказівкою на автора, а сам текст як ω -фрактал є розгортанням авторського заголовка (див. рис. 3.13).

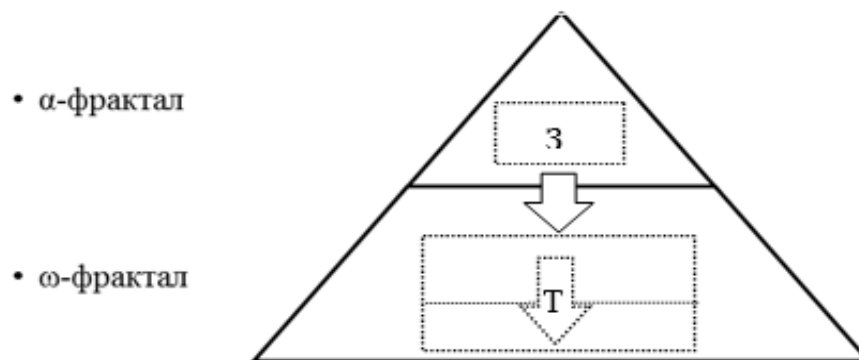


Рис. 3.13 Фрактальна модель коментаря

Розглянемо виокремлені структурні компоненти цього медіатексту.

3.7.2.1 α -фрактал тексту-коментаря. Заголовок німецького коментаря переважно не виражає якоїсь новини, а є свого роду оцінкою певного явища, події тощо. Він відрізняється від заголовків інформаційних жанрів, насамперед, своєю функцією. Якщо в інформаційному заголовку на передній план висувають подію, факт, то в заголовку коментаря домінує оцінка цього факту, події тощо. При цьому заголовок коментаря не завжди однозначно можна інтерпретувати. Лише ознайомлення з цілим текстом допомагає повністю зрозуміти задум автора, наприклад: *der ehrliche Ackermann* (BZ, 17.05.10); *Der Papst und die sündige Kirche* (BZ 14.05.10); *Pakt mit dem Teufel in der Karibik* (BZ, 15.05.10); *Bis zum Erbrechen* (SZ, 23.10.15).

У більшості заголовків задіяні різні риторико-стилістичні прийоми, насамперед, метафори, епітети, алюзії, прецедентні слова тощо. Наведені вище приклади нагадують заголовки казок, які залишилися в пам'яті реципієнта з часів дитинства.

Порівняємо спершу заголовки коментарів у синтаксичному аспекті.

Аналіз заголовків у синтаксичному аспекті виявив такі основні їх типи:

- 1) номінативне речення, наприклад, *Kein Rechtsanspruch auf Piratenüberfälle* (BZ, 17.05.10);
- 2) просте речення, як-от: *Der Verursacher zahlt* (BZ, 04.05.10);
- 3) еліптичне речення, наприклад, *Garzón erlegt* (BZ, 10.02.12);
- 4) складносурядне речення, як-от: *Kontrolle ist gut, mehr Demokratie ist besser* (BZ, 14.05.10);

5) складнопідрядне речення, наприклад, *Wer nicht umsteigt, wird überholt* (BZ, 04.05.10).

Загальний розподіл заголовків за синтаксичною структурою наведено в таблиці 3.18 (див. табл. 3.18):

Таблиця 3.18

Заголовки німецьких коментарів у синтаксичному аспекті

НР		ПР		ЕР		ССР		СПР	
%	с. д.	%	с.д.	%	с.д.	%	с.д.	%	с.д.
60	4,7	26,7	4,9	6,7	7	3,3	7	3,3	5

Як видно з таблиці 3.18, заголовки німецьких коментарів головним чином виражені номінативними реченнями (60 %) за схемою *Adjektiv + Substantiv*. Наприклад:

Revolutionäre Pünktlichkeit (BZ, 03.05.10).

Далі йдуть за спадом прості (26,7 %) й еліптичні речення (6,7 %). Найменше трапляються складні речення: складнопідрядні та складносурядні (по 3,3 %).

Характерною ознакою заголовків є їх стислість. Усі вони вкладаються у формулу оперативної пам'яті людини 7 ± 2 . Така мовна економія, на нашу думку, зумовлена тим, що адресанти прагнуть привернути увагу читачів не лише невербально (величиною, кольором тощо), а й влучними висловлюваннями. На це вказує й те, що різниця між іменниковою конструкцією і складним реченням незначна (усереднено 5 у номінативному реченні та 6 у простих реченнях). У Г. Ленка [463, с. 165], який проаналізував заголовки 179 коментарів у шести загально регіональних німецьких газетах за лютий 2004 року, довжина заголовка коливається від 1,7 до 3,6 словоформ. Тобто, заголовки в проаналізованій нами газеті дещо довші за інші німецькомовні видання.

Коментар – це, насамперед, авторське ставлення, тому обов'язковою ознакою жанру є вказівка на автора. Авторський маркер як типографічно

виокремлений елемент α -фрактала коментаря конвенційно містить ім'я та прізвище. Вони наводяться малими прописними буквами одразу під заголовком після прийменника *von*.

Отже, α -фрактал німецьких зовнішньополітичних коментарів виражений переважно номінативними та простими реченнями. При цьому середня довжина заголовка складає 4,9 словоформ, що вказує на прагнення авторів до використання достатньо насиченого інтригуювального заголовка.

3.7.2.2 ω -фрактал тексту-коментаря. Другим макроструктурним компонентом газетного коментаря є сам текст. Обсяг середньостатистичного тексту коментаря у *Berliner Zeitung* складає 12,9 речень, які переважно поділені на два абзаци по 5,5 синтаксичних конструкцій. Для наочності наведемо приклад одного коментаря:

(3) *Auf dem Weg von Byzanz in die Moderne*

(AM) *VON THOMAS SCHMID*

(T) *Generalstreik, drei Tote. Das hört sich an, als tobte in Griechenland ein wilder Klassenkampf mit offenem Resultat. Doch dem ist nicht so. Die drei Toten waren nicht Resultat von Zusammenstößen zwischen 100000 kampfbereiten Gewerkschaftlern und einer in die Defensive geratenen Staatsmacht. Sie sind Opfer einer kleinen Gruppe, die gedankenlos ihr Mütchen gekühlt hat. Wäre es anders, müsste man der vermummten Truppe Mord unterstellen.*

Viele Griechen sind zu Hause geblieben, und die meisten von denen, die auf die Straße gingen, glaubten wohl nicht, das Sparprogramm verhindern zu können, das gestern im Parlament beschlossen wurde. Die Demonstration war Ritual, aber auch Anklage: Die Mehrheit blutet für eine Politik, die einer Minderheit Yachten und Luxusvillen verschaffte. Doch übersehen viele, dass ein Großteil der Griechen in das vordemokratische Klientelsystem, das mehr an Byzanz als ans Osmanische Reich erinnert, verstrickt ist und mit ihm ganz gut lebte. Hunderttausende sind im Staatsdienst untergekommen. Arbeit gab es dort wenig, aber ein

Recht auf üppige Früh-Pension. Das ist kein Grund, die Griechen generell zu bezichtigen, auf der faulen Haut zu liegen. Millionen haben immer nur hart gearbeitet; die meisten von ihnen begrüßen, dass der aufgeblähte Staatsapparat schlanker werden soll. Nur wenn das gelingt, kann die Verschuldungskrise nachhaltig gelöst werden. Nur dann wird das Opfer, das man jetzt den Griechen abverlangt, sinnvoll sein. (BZ, 07.05.10)

Лише з тексту коментаря стає зрозумілий заголовок: *По дорозі з Візантії в сучасність*. Його можна інтерпретувати як тривалий процес перетворень, який має пройти грецьке суспільство через економічну кризу. Наведений коментар є типовим представником цього жанру: спочатку описується ситуація, потім її аргументовано аналізують і наприкінці роблять висновки.

3.7.3 Мікроструктура тексту-коментаря. Визначальною характеристикою коментаря як одного з центральних аналітичних жанрів є не тема, а стиль викладу. В центрі уваги знаходиться не сама новина, а її інтерпретація автором, яка залежить від його компетенції. Тому в коментарі, на відміну від інформаційних видів текстів, найбільше всього проявляється суб'єктивізм журналіста.

Зазвичай в будові самого тексту-коментаря окреслюється така логічна послідовність викладу: ввід теми, аргументаційний блок і висновок. Саме в аналізі обраного факту і проявляється коментатор як майстер аргументації. Тема висвічується і оцінюється з різних сторін, наводяться всі за і проти. Наприкінці коментаря автор, як правило, підводить підсумок своїх міркувань.

Сучасні німецькі щоденні медіавидання наводять незалежно від кількості сторінок у номері два-три коментарі, які можуть бути полемічними чи аналітичними. На коментарі часом експліцитно вказують після тематично пов'язаних з ними інформаційних жанрів, наприклад, *Kommentar S. 4*. Коментарі не прийнято виокремлювати на внутрішньо- чи зовнішньополітичні. Це, очевидно, зумовлено їх незначною кількістю в щоденному номері газети.

Синтаксичний аналіз отриманої вибірки коментарів виявив такі конструкції: прості, складнопідрядні, складносурядні, паратактично-гіпотактичні та номінативні речення (див. табл. 3.19). Поруч з розповідними реченнями в цьому медіажанрі трапляються також спонукальні і питальні речення, чим значно оживляють виклад матеріалу.

Таблиця 3.19

Розподіл речень за типами в німецьких газетних коментарях

Синтаксичні конструкції	Кількість (%)	Середня довжина (словоформа)
ПР	44,7	10,4
СПР	40,8	19,9
ССР	9,4	17,8
ПГР	3,8	26,5
НР	1,3	4

Згідно з даними таблиці 3.19, у німецьких коментарях домінують майже однаковою мірою прості (44,7 %) та складнопідрядні речення (40,8 %). Далі йдуть за спадом складносурядні (9,4 %) і паратактично-гіпотактичні (3,8 %) речення. Найменший показник зафіксовано у номінативних речень (1,3 %). Отримані результати цілком корелюють з результатами Г. Ленка [466], який проаналізував синтаксис коментарів у регіональних німецьких, австрійських і швейцарських газетах.

З-поміж складнопідрядних речень найбільша частка припадає на:

1) складнопідрядні означальні, як-от:

Zudem hätte jemand die nervende Trutsche aus Wuppertal vom Nebentisch entfernt, die tagelang lauthals von ihrem hochbegabten Enkel erzählte (BZ, 17.05.10);

2) складнопідрядні додаткові речення, наприклад:

Es ist dennoch richtig, dass die Politik nun mehr fordert als Entschuldigungen (BZ, 17.05.10).

Значну частку серед досліджених речень у коментарях становлять складносурядні (9,4 %), наприклад:

Damit wäre die rot-rot-grüne Machtperspektive für den Bund erst einmal erledigt, Schwarz-Gelb könnte eine neue Chance bekommen (BZ, 14.05.10).

Це переважно безсполучникові речення, де автор логічно наводить свої доводи, висновки, припущення, аргументи тощо.

Частка паратактично-гіпотактичних речень, тобто таких, де є підрядний і сурядний зв'язки, складає 3,8 %. Наприклад:

Bislang aber hat er versucht, die Vorgänge möglichst kleinzuhalten und intern zu regeln; bislang nämlich hat er sie als Verfehlungen Einzelner betrachtet: Nicht in den Strukturen der Kirche seien die Ursachen zu suchen, sondern in einer pluralistischen Welt, die ihre Mitte in der Kirche verloren hat. (BZ, 14.05.10)

У медійних коментарях поодинокі трапляються також іменникові конструкції (1,3 %). Вони надають тексту риси телеграфного стилю. Зазвичай їх розташовують в так званих сильних позиціях тексту: на початку або в кінці. Наприклад, початкова іменникова конструкція *Generalstreik, drei Tote* в наведеному раніше коментарі дає немов би основний підсумок подій в Греції, що описуються в коментарі.

Якщо порівняти отримані дані за шкалою Л. Райнерса [534, с. 221], то німецький коментар можна вважати як легко зрозумілий, оскільки середній показник довжини речення складає 15,5 словоформ. Отриманий нами показник збігається з даними Г. Ленка [466]: німецькі регіональні коментарі мають довжину 15,8 словоформ, австрійські – 16,5, швейцарські – 14,5.

Варто зазначити, що для аналітичного жанру, на відміну від інформаційних медіатекстів, характерне часте вживання вставних речень і слів, якими адресант виражає свою оцінку та ставлення. У проаналізованих

коментарях також активно послуговуються таким пунктуаційним знаком, як двокрапка. Його залучають, насамперед, для мовної економії, коли після нього йде пояснення, уточнення. Використання двокрапки часом створює ефект загострення уваги читача. Наприклад:

Immer mehr Kinder kommen in Deutschland unehelich zur Welt: 2008 waren es knapp 219 000, das sind 32 Prozent. (BZ, 5.05.10)

У наведеному прикладі теза *Все більше дітей в Німеччині народжується поза шлюбом* уточнюється конкретними статистичними даними, а саме: *у 2008 році таких було майже 219000, що складає 32 відсотки*. Якщо абсолютні цифри тут мало що говорять пересічному читачеві, то відносні вказують на те, що кожна третя дитина з'являється на світ поза шлюбом.

Для досліджуваних коментарів притаманна загалом нейтральна лексика, хоча часом трапляються лексичні елементи інших функціональних стилів, як і в інформаційних та інформаційно-аналітичних жанрах. Автори коментарів намагаються використовувати різні лексичні та синтаксичні стилістичні прийоми. Окрім того, в коментарях, на відміну від інформаційних медіатекстів, частіше фіксуємо використання фразеологізмів, наприклад: *auf der faulen Haut liegen* (BZ, 07.05.10); *die beleidigte Leberwurst spielen* (BZ, 29.11.06); *sich den Kopf zerbrechen* (BZ, 29.11.06).

Загалом у німецькому зовнішньополітичному коментарі журналісти більш схильні до використання елементів розмовного мовлення. Тематичне розгортання не ускладнено різними книжними синтаксичними конструкціями. Крім того, автори не обтяжені конвенційними правилами подачі новин в інформаційних жанрах, де на першому місці об'єктивність інформування. У коментарях відчуваються особливості авторського стилю журналіста, його лексичні, синтаксичні та стилістичні вподобання.

3.7.4 Невербальний аспект. Коментарі наводять в щоденних німецьких газетах одним стовпчиком під загальним заголовком *Kommentare* на окремій сторінці. Вона йде зазвичай після титульної сторінки. На цій сторінці

розташовують під рубрикою *Meinung* різні аналітичні жанри, серед яких коментарі групують одним вертикальним блоком, подібно заміткам.

Заголовок коментаря конвенційно наводять курсивом і більшим шрифтом за основний текст. Від інших текстів на цій сторінці їх відокремлює вертикальна лінія. Для коментарів не характерне залучення різноманітних графічних засобів, як це практикують для інформаційних чи інформаційно-аналітичних жанрів. Адже основна увага в цьому малоформатному жанрі сфокусована саме на вербальній частині, яка стисло й доступно роз'яснює міжнародні події, а не інформує про них.

3.8 Німецько-українські жанрові контрасти

Мета підрозділу – встановити відмінності / подібності між трьома варіантами інформаційного жанру (замітка, інформаційна стаття, кореспонденція), а також між інформаційним, інформаційно-аналітичним і аналітичним медіажанрами в німецькій й українській мовах у композиційному, синтаксичному та квантитативному аспектах шляхом комплексного зіставлення їх складників у світлі фрактального підходу.

3.8.1 Попередні зауваги. Для замітки, інформаційної статті та кореспонденції, як зазначалося раніше, притаманні певні особливості [307; 315; 474; 583]. Ми не прагнемо створити повну типологію медіатекстів у досліджуваних мовах, оскільки тут можна говорити лише про прототипи (атрактори) певних груп текстів без чітких меж між ними (пор. [450; 577, с. 35]).

Обидві медіакультури використовують у проаналізованих медіатекстах подібний набір структурних одиниць зі схожою архітектонікою. Зупинимося на ключових елементах цих жанрів: заголовковому блоці як α -фракталі й основному тексті як ω -фракталі.

3.8.2 Заголовковий блок інформаційних медіатекстів. Важливу роль при сприйнятті будь-якого тексту відіграє такий його складник, як заголовок. Найбільш яскраво це простежуємо на матеріалі медійних текстів, які концентровано з'являються на сторінках сучасних друкованих і електронних видань, створюючи тим самим певний альянс взаємопов'язаних текстів-конкурентів. Пересічний реципієнт, як відмічають новітні мас-медійні студії, не читає всі тексти, як це було раніше в ХХ столітті, а ознайомлюється із їх заголовками. Адже із збільшенням можливостей отримання інформації, насамперед, через новітні мультимедійні канали, увага потенційного читача скерована переважно на візуально виокремлені влучні заголовки.

Заголовки допомагають реципієнтові орієнтуватися в інформаційному потоці (пор. [201]) і тим самим їх можна розглядати як сигнали-подразники, які або зацікавлять, або не зацікавлять читача. Тому створення заголовка вимагає певної креативності від автора в мовному та типографічному аспектах (пор. [576]). Формулювання заголовка залежить також від функцій, які він повинен виконувати. Загалом можна виокремити такі основні функції заголовків [2; 69; 405, с. 5; 463, с. 178]:

- Інформування, коли заголовок передає основний зміст тексту – інформаційне ядро. При цьому адресат вже із заголовку в змозі з'ясувати, про що йдеться у тексті.
- Зацікавлення, коли автор намагається привернути увагу реципієнта неординарним "загадковим" заголовком. Тема статті залишається для реципієнта не зовсім зрозумілою, що спонукатиме до прочитання цілого тексту.
- Структурування, коли за допомогою заголовків намагаються виокремити тексти, їх частини з метою полегшення сприйняття інформації.

Заголовок зазвичай виконує не одну функцію, а декілька, тобто простежуються домінувальна і другорядна функції. З точки зору візуального полегшення сприйняття газетний заголовок постійно виконує функцію

структурування, інші ж функції можуть проявлятися різною мірою, залежно від жанру.

Газетні заголовки досліджували в багатьох мовах переважно в одномовному культурному дискурсі в різнопланових аспектах [2; 69; 179; 303; 440; 508; 531; 543]. Зіставні дослідження проводилися, насамперед, на матеріалі англійської, німецької, італійської, польської, російської, фінської мов [159; 463; 478; 576]. Відсутність відповідних комплексних українсько-німецьких контрастивних студій зумовлює актуальність нашого дослідження.

У сучасній німецькій й українській медіапрактиці заголовок є ключовим компонентом усіх видів медіатекстів. Він містить інформаційне ядро будь-якого повідомлення, яке синтаксично виражається переважно номінативним, простим або складнопідрядним реченнями. Для наочності наведемо отримані дані про синтаксичну структуру німецьких і українських заголовків інформаційних медіатекстів у таблиці 3.20 (див. табл. 3.20).

Таблиця 3.20

Заголовки в інформаційних медіатекстах

Заголовок Медіатекст	Синтаксичний тип заголовка			Середня довжина заголовка (словоформи)
	НР (%)	ПР (%)	СПР (%)	
<i>Німецька мова</i>				
Замітка	30,1	69,9	0	5,4
Інформаційна стаття	26,3	73,7	0	6
Кореспонденція	66,7	33,3	0	4,6
<i>Українська мова</i>				
Замітка	20,7	79,3	0	4,5
Інформаційна стаття	53,3	46,7	0	3,8
Кореспонденція	63,3	33,3	3,4	3,7

Заголовки німецьких інформаційних медіатекстів, як видно з таблиці 3.20, оформлені переважно номінативними й простими реченнями. В українських кореспонденціях трапляються також й складнопідрядні речення. Причиною цього можуть бути лінгвальні й екстралінгвальні чинники.

Розглянемо детальніше заголовки текстів-варіантів інформаційного медіажанру в зіставлених мовах.

3.8.2.1 Заголовок у німецьких медіатекстах. У заголовках німецьких заміток і інформаційних статей ключову пропозицію оформлюють зазвичай простим реченням (69,9 % і 73,7 % відповідно). Наприклад:

Russisches Flugzeug zerbrach in der Luft (FAZ, 2.11.15);

Weniger Deutsche spenden mehr als je zuvor (BZ, 12.03.15);

Kirche verlangt Anti-Homosexuellen-Eid (DT, 11.03.14).

Це зумовлено прагненням авторів стисло і якомога повно передати основний зміст новини, де можна виокремити тему і рему повідомлення. Про стислість свідчить і середній показник довжини заголовка: 5,4 словоформи у замітці та 6 словоформ у інформаційній статті.

У заголовках німецьких кореспонденцій простежується дещо інша тенденція. Тут домінують номінативні речення (66,7 %), якими передають лише ключове поняття повідомлення у вигляді реми. Наприклад:

Gemäuer des Anstoßes (SZ, 4.11.15);

36 Gramm pro Körper (BZ, 10.07.07);

Krach am Golf (DT, 11.03.14);

Neues Modell für den Finanzausgleich (BZ, 12.03.15).

При цьому типове номінативне речення за довжиною майже дорівнює довжині заголовка, вираженого простим реченням. Середня довжина заголовка німецької кореспонденції складає 4,6 словоформ, що вказує на мінімальну інформаційну насиченість, як це видно, наприклад, у заголовку *Mit riskantem Manöver* (BZ, 25.06.07). Але при всій своїй образній інформативності, подібний заголовок стає зрозумілим лише після прочитання підзаголовка й основного тексту кореспонденції.

Отже, можна помітити певну структурну схожість заголовків німецьких заміток і інформаційних статей, у той час у заголовках німецьких кореспонденцій відчутна тенденція до номінального стилю. У цьому відображаються дві інтенції авторів: 1) поінформувати та 2) зацікавити. Якщо для замітки й інформаційної статті домінуючою вважається перша інтенція, то для кореспонденції – друга.

3.8.2.2 Заголовок в українських медіатекстах. У заголовках українських інформаційних медіатекстів викристалізовується дещо інші закономірності. Заголовок замітки оформлений переважно простим реченням (79,3 %), що містить інформаційне ядро новини, наприклад:

Саркозі відмовився від масового помилування (День, 10.07.07);

Уго Чавес отримав нові повноваження (День, 02.02.07);

Діаспора зібрала допомогу госпіталям (ГУ, 11.09.15).

Заголовки ж інформаційних статей і кореспонденцій представлені переважно іменниковими конструкціями (53,3 % і 63,3 %), наприклад:

Нові горизонти (День 27.06.07);

Альтернатива (День 07.02.07);

Кульбіти в торгах на азійських ринках (ГУ, 11.09.15).

Про це свідчать і середні довжини заголовків: у замітки він складає 4,5 словоформ, а в інформаційних статтях і кореспонденціях – 3,7 і 3,8 словоформ відповідно.

Отже, у заголовках українських інформаційних жанрів, на відміну від німецьких, простежується більша подібність між інформаційними статтями і кореспонденціями.

3.8.2.3 Підзаголовок у медіатекстах. Наступним складовим елементом інформаційних медіатекстів є підзаголовок. Функцією підзаголовка в інформаційних текстах є уточнення та роз'яснення заголовка. За нашими спостереженнями, його застосовують у разі відсутності надзаголовка.

Підзаголовки трапляються лише в інформаційних статтях і кореспонденціях, де є значний інформаційний вміст, який висвітлюється в

заголовковому блоці. Для заміток підзаголовки не використовують через малий обсяг цього медіатексту (див. табл. 3.21).

Таблиця 3.21

Підзаголовки в інформаційних медіатекстах

Підзаголовок	Синтаксичний тип підзаголовка				Середня довжина (словоформи)
	НР (%)	ПР (%)	СПР (%)	ССР (%)	
Медіатексти					
<i>Німецька мова</i>					
Інформаційна стаття	20	73,3	0	0	5,8
Кореспонденція	4,4	77,6	4,4	6,7	11,4
<i>Українська мова</i>					
Інформаційна стаття	0	40	0	0	7,2
Кореспонденція	0	76,6	3,3	3,3	7,5

Підзаголовки можуть оформлювати номінативними, простими, складнопідрядними або складносурядними реченнями. У статистично проаналізованому корпусі підзаголовки виражені, головним чином, простими реченнями: від 40 % в українських інформаційних статтях (або 100 %, якщо брати до уваги лише зафіксовані підзаголовки) до 77,6 % в німецьких кореспонденціях. Наприклад:

(З) *Сенаторська підтримка*

(ПЗ) *У сенат США внесено законопроект про необхідність вступу до НАТО Грузії та України (День 09.02.07);*

(З) *Fidel Castro gibt nicht auf*

(ПЗ) *Ein neues Video zeigt Kubas kranken Staatschef gestärkt (BZ 01.02.07).*

Найбільш широко представлені підзаголовки в кореспонденціях обох медіапрактик. При цьому, якщо довжина німецького підзаголовка залежить від жанру: 5,8 словоформ в інформаційній статті і 11,4 – в кореспонденції, то

довжина українського підзаголовка складає в середньому 7,3 словоформ. Таку відмінність пояснюємо тим, що німецький заголовок у кореспонденції виражений "інтригувальною" іменниковою конструкцією і тому вимагає інформаційно розгорнутий підзаголовок. Наприклад, інтригувальний заголовок *Bulldozer im Auftrag des Königs* (укр. *Бульдозер за дорученням короля*) має досить розлогий підзаголовок, який складається з двох пропозицій: *In den Slums von Casablanca werben Islamisten ihre jungen Attentäter an. Jetzt werden die Elendsiedlungen abgerissen* (укр. *У бідних районах Касабланки ісламісти вербують молодих терористів. Зараз ці бідні поселення зноситимуть*). Із підзаголовку стає зрозуміло, яке саме замовлення виконуватимуть бульдозери за дорученням короля.

3.8.3 Основний текст інформаційних медіатекстів. Наступним складником інформаційного тексту є саме повідомлення, яке, залежно від жанру, має 1 абзац у замітці, 3–5 абзаців в інформаційній статті та 5–7 абзаців у кореспонденції. З'ясуємо типи синтаксичних конструкцій в зіставлених інформаційних медіатекстах. Для наочності наведемо отримані результати в таблиці 3.22 (див. табл. 3.22).

В обох мовах зафіксовано подібний набір синтаксичних конструкцій: просте, складнопідрядне, складносурядне, паратактично-гіпотактичне та номінативне речення. Номінативні речення трапляються лише в кореспонденціях, що зумовлено, насамперед, обсягом тексту. Адже, чим довший інформаційний текст, тим вища ймовірність використання автором номінативних речень.

У німецьких інформаційних медіатекстах простежується така закономірність: найчастотнішими є прості речення (61,4 % у замітках, 51,7 % – в інформаційних статтях, 43,6 % – у кореспонденціях), далі слідують за спадом складнопідрядні (відповідно 31,8 %, 40,7 %, 39,8 %), складносурядні (відповідно 5,8 %, 5,5 %, 10,9 %), паратактично-гіпотактичні (відповідно 0,9 %, 2,2 %, 3,4 %) і номінативні (2,3 % у кореспонденціях) речення. Коефіцієнт

лінійної кореляції між розподілами типів синтаксичних конструкцій за варіантами інформаційного медіажанру склав 0,9, який свідчить про значну подібність розподілу в обох мовах.

Таблиця 3.22

Типи синтаксичних конструкцій у ω -фракталі інформаційних медіатекстів

Медіатекст	Типи синтаксичних конструкцій									
	ПР		СПР		ССР		ПГР		НР	
	%	с. д.	%	с. д.	%	с. д.	%	с. д.	%	с. д.
<i>німецька мова</i>										
Замітка	61,4	14,3	31,8	20,3	5,8	19,2	0,9	24,7	0	0
Інформаційна стаття	51,7	14,2	40,7	21,5	5,5	20,1	2,2	22,9	0	0
Кореспонденція	43,6	11,6	39,8	20,2	10,9	20,1	3,4	22,9	2,3	3,5
<i>українська мова</i>										
Замітка	38,2	12,9	48,6	19,7	6,1	23,4	7,1	25	0	0
Інформаційна стаття	41	13,2	43	22,5	9,4	19,3	6,6	31,7	0	0
Кореспонденція	37,8	13,8	44,9	21,5	10,2	21,7	6,8	28,9	0,3	6

Зіставний аналіз матеріалу виявив ще одну тенденцію в німецьких інформаційних медіатекстах: із зростанням обсягу інформаційного тексту зменшується частка простих речень і збільшується частка паратактично-гіпотактичних речень. Це підтверджують отримані статистичні результати. Для простих речень у замітках χ^2 складає 8,32 при коефіцієнті взаємної спряженості Чупрова 0,08, а в інформаційних статтях – χ^2 дорівнює 5,11 при $K = 0,08$. Для кореспонденцій статистично значущі результати встановлено для складносурядних речень: χ^2 дорівнює 11,69 при

коефіцієнті взаємної спряженості Чупрова 0,09. Однією з причин такої розбіжності в синтаксичному розподілі можна вбачати в тому, що в так званих "коротких" новинних медіатекстах журналіст намагається компактно "упакувати" через атрибутивні, прийменникові конструкції зміст складно-підрядних чи складносурядних речень. У кореспонденціях цього не відбувається через достатню кількість місця і часу.

В українських інформаційних медіатекстах розподіл за типами синтаксичних конструкцій дещо відрізняється від німецької мови. Тут найчастотнішими виявилися складнопідрядні речення: відповідно 48,6 %, 43 % та 44,9 %. Далі за спадом ідуть прості речення: відповідно 38,2 %, 41 % та 37,8 %. На третій позиції перебувають складносурядні речення: відповідно 6,1 %, 9,4 % та 10,2 %. На передостанньому місці зафіксовано паратактично-гіпотактичні речення: відповідно 7,1 %, 6,6 % та 6,8 %. Найрідше трапляються номінативні речення. У кореспонденціях їх частка дорівнює 0,3 %. Тенденція до ускладнення речень залежно від обсягу інформаційного тексту в українській мові не простежується. Тут можна говорити про майже однорідний набір синтаксичних конструкцій у трьох проаналізованих варіантах інформаційного медіажанру.

За довжиною синтаксичних конструкцій в інформаційних медіатекстах обох мов зафіксовано подібні результати у простих речень – 13 словоформ, складнопідрядних речень – 21 словоформа, складносурядних – 20 словоформ у німецькій та 22 в українській мові, паратактично-гіпотактичних речень – 24 словоформи в німецькій та 29 в українській мовах, номінативних речень – відповідно 3,5 і 6 словоформ.

Отже, проведений статистичний зіставний аналіз німецьких і українських інформаційних медіатекстів на матеріалі щоденних газет виявив певні подібності / відмінності в структурному, синтаксичному і квантитативному аспектах.

3.8.4 Заголовки у різнотипних медіажанрах. Мета пункту – встановити відмінності / подібності при використанні заголовків у трьох медіажанрах німецького й українського газетних зовнішньополітичних дискурсів, а саме: інформаційному, інформаційно-аналітичному та аналітичному.

У сучасному газетному зовнішньополітичному тексті чітко виокремлюються такі види заголовків, як надзаголовок, головний заголовок, підзаголовок, а також проміжний заголовок. У медійних текстах використовують зазвичай декілька видів, що залежить від жанру публікації. До заголовкового блоку газетної статті можна віднести також заголовок рубрики і назву газети, які надають читачеві певну інформацію, а саме: тематичний напрям статті (політика, економіка тощо) й очікувану якість матеріалу (провідне національне видання, бульварна, місцева, рекламна та інші типи газет).

У фаховій літературі розрізняють п'ять типів текстів за їх функціональним навантаженням: інформаційні, аналітичні, інструктивні, інформаційно-аналітичні та контактні. Найбільш численним вважають інформаційний тип текстів, для якого характерна передача фактів повідомлення без оцінки та критики. До інформаційних текстів відносять такі медіатексти, як замітка, інформаційна стаття та кореспонденція.

На відміну від інформаційного типу аналітичні медіатексти передають читачеві оцінку певної події, стану справ тощо. Авторська думка висловлюється експліцитно в оцінній або критичній формі. Адресант намагається вплинути на адресата непрямыми закликами та аргументацією. Прикладами аналітичних текстів є коментар, глоса тощо.

Інструктивний тип текстів має на меті також вплинути на поведінку адресата, але, на відміну від аналітичного типу, тут вдаються до прямих директивних актів, як наказ, попередження, рекомендація тощо. Отже, тексти цього типу не переконують адресата, а дають йому конкретні завдання до

виконання. Прикладами інструктивного типу текстів є такі тексти, як інструкція, рецепт, вкладиш до медикаменту тощо.

На відміну від попередніх типів інформаційно-аналітичні тексти поєднують дві різновекторні інтенції інтерв'юера і опитаного. Класичним прикладом цього типу текстів є інтерв'ю, яке складається з послідовності блоків питання–відповідь.

Для останнього типу текстів – контактних – характерно прагнення адресанта звернути на себе увагу і викликати інтерес у адресатів. До цієї групи належать такі тексти, як лист, шлюбне оголошення, скарга тощо.

Аналіз зовнішньополітичного матеріалу в обох медіапрактиках виявив такі три поширені типи текстів (жанри): інформаційні, аналітичні та інформаційно-аналітичні. Серед інформаційних зафіксовано замітку, інформаційну статтю і кореспонденцію, серед аналітичних – коментар, а серед інформаційно-аналітичних – інтерв'ю. Для інформаційного типу текстів наводимо усереднений показник за трьома зазначеними варіантами. Особливістю українського зовнішньополітичного дискурсу можна вважати відсутність виключно журналістських коментарів. Ті українські тексти-коментарі, що трапляються, були обробленими коментарями політиків або компетентних осіб з певної проблеми, які розміщували одразу після журналістських статей під загальним заголовком *коментарі*. Такі тексти не бралися для розгляду через рольові та статусні відмінності адресантів коментарів в обох лінгвокультурах.

При аналізі заголовків враховано їх синтаксичну будову та довжину як показники складності й інформаційної насиченості. Розрізняємо такі синтаксичні типи заголовків:

- 1) номінативне речення;
- 2) просте речення, до якого відносимо також німецькі речення без допоміжного дієслова, оскільки реципієнт сприймає його як просте;
- 3) складнопідрядне речення;
- 4) складносурядне речення (див. табл. 3.23).

Іншим фактором, що суттєво впливає на сприйняття інформації, є довжина заголовка. Вона є певною мірою показником інформативності висловлювання, оскільки, чим більше словоформ, тим більше інформації міститься у висловлюванні.

Таблиця 3.23

Німецькі й українські заголовки в трьох медіажанрах

Заголовок Жанр	Синтаксичні конструкції				Середня довжина заголовка (словоформи)
	НР (%)	ПР (%)	СПР (%)	ССР (%)	
<i>Німецькі</i>					
Інформаційний	41,2	58,8	0	0	5,3
Інформаційно-аналітичний	20	76,7	3,3	0	5,8
Аналітичний	60	33,4	3,3	3,3	5
<i>Українські</i>					
Інформаційний	45,8	53,1	1,1	0	4
Інформаційно-аналітичний	0	73,3	23,3	3,4	11,2
Аналітичний	0	0	0	0	0

Як видно з таблиці 3.23, можна констатувати відмінності при використанні заголовків у інтра- й інтерлінгвальному відношеннях у німецькому й українському зовнішньополітичних газетних дискурсах. Розглянемо особливості використання заголовків у різнотипних газетних текстах.

Німецькі заголовки інформаційного жанру оформлені переважно простими (58,8 %) й номінативними (41,2 %) реченнями, як-от:

Kanada stimmt über Konservative ab (DT, 20.10.15);

Lettisch bleibt Amtssprache in Lettland (BZ, 20.02.12);

Ein neuer Polarisierer der Schweizer Rechten (DT, 20.10.15);

Provinz Homs unter Dauerbeschuss (BZ, 11/12.02.12).

Використання таких заголовків має на меті стисло й об'єктивно висвітлити інформаційне ядро новини, коли читачеві передають "конденсат" статті. Як показав зіставний аналіз, в інформаційних заголовках намагаються уникати авторської оцінки.

Середня довжина німецького заголовка інформаційного жанру складає 5,3 словоформи. При цьому спостерігається така загальна тенденція: із збільшенням обсягу тексту – від замітки до кореспонденції – заголовок, окрім провідної інформаційної, виконує ще й рекламну функцію. Так, заголовок замітки *Rebellischer Mönch in Birma festgenommen* (BZ, 11/12.02.12) є достатньо інформативним, адже тут є відповіді на три основні питання *хто, де, що сталося*: [монаха-заколотника] [схопили] [в Бірмі]. Цього не можна сказати про заголовок кореспонденції *Karsais Expedition* (BZ, 17.02.12), в якій редактор використав метафоричне іменникове словосполучення з царини географії з власним іменем. Лише прочитання статті дає читачеві зрозуміти, що тут йдеться про регіональну конференцію в Ісламабаді за участі афганського лідера Карзая.

Українські заголовки інформаційного жанру, подібно до німецьких, представлені переважно простими реченнями (53,1 %) й іменниковими конструкціями (45,8 %), наприклад:

Фахівці НАТО й Туреччини вивчать місця розміщення Patriot поблизу Сирії (День, 27.11.12);

Позаблокова стурбованість (День, 11.09.08).

Заголовки цього типу текстів можуть виражатися й складнопідрядними реченнями, але їх частка незначна (1,1 %).

Довжина українських заголовків інформаційного жанру виявилася найменшою серед усіх типів в обох мовах – 4 словоформи на заголовок. Це, можливо, зумовлено тим, що українські заголовки інформаційних текстів виконують разом з інформаційною ще й атрактивну функцію. Так, заголовки

кореспонденцій *Одна проти всіх* (День, 11.01.07), *"Сильний хід"* (День, 09.06.07) містять не інформаційне ядро новини, а певну оцінку, інтригу, яка спонукатиме читача до ознайомлення зі змістом статті або, принаймні, її проміжного фрактала.

Німецькі заголовки текстів інформаційно-аналітичного інваріанту виражені переважно простими реченнями (76,7 %), далі слідують за спадом іменникові конструкції (20 %) й складнопідрядні речення (3,3 %), наприклад:

"Die Griechen fühlen sich erniedrigt" (BZ, 19.02.12);

"Das ist keine Niederlage für die Grünen" (BZ, 29.11.11);

Missverständnis auf beiden Seiten (BZ, 28.11.06);

"Wer die EU nicht mitträgt, muss überlegen, ob er nicht austritt" (BZ, 26.03.07).

За заголовки беруть зазвичай влучні ключові фрази респондента. Щоб дистанціюватися від висловлювання, додаючи йому певної автентичності, редактори маркують їх лапками.

Середній показник довжини німецького заголовка текстів складає 5,8 словоформ, що дещо вищий за відповідний показник у інформаційних і аналітичних текстах. Це, очевидно, зумовлено тим, що в останніх двох заголовки є виключно редакційними продуктами креативності.

Заголовки українських інформаційно-аналітичних текстів представлені переважно простими реченнями (73,3 %). Далі йдуть за спадом складнопідрядні (23,3 %) і складносурядні речення (3,4 %). Довжина середнього заголовка українського тексту-інтерв'ю виявилася найбільшою серед усіх типів в обох медіапрактиках – 11,2 словоформи. В українській газеті заголовки оформлюють зазвичай таким чином: спочатку подають великими жирними літерами ім'я і прізвище респондента, а потім після двокрапки наводять цитату з інтерв'ю респондента. Наприклад:

Алек РОСС: "Ми не можемо досягти свободи, лише публікуючи повідомлення в Twitter" (День, 18.09.12).

Українські заголовки текстів-інтерв'ю виконують переважно інформаційну функцію, коли передається основна думка респондента. Це підкреслюється ще й тим, що після даних респондента використовується двокрапка. Цей пунктуаційний знак ділить заголовок на ліву і праву частини, акцентуючи увагу читача на рематичній частині висловлення. Використання імені і прізвища в заголовку часто виконує додатково й референційну функцію для світлин, яка часто не має підзаголовку.

Німецькі заголовки в третьому, аналітичному, типі текстів характеризуються усіма чотирма типами заголовків. Це свідчить про прагнення журналістів до нестандартного оформлення заголовків цього жанру. Редакція німецької газети подає аналітичні заголовки на відміну від заголовків інших типів текстів курсивом після загального надзаголовка *Kommentare* на постійному місці однією колонкою. Основна функція заголовка коментаря – це зацікавити читача неординарністю та новизною. Найчастіше використовують іменникові конструкції (60 %), які надають заголовку певної "загадковості", далі за спадом йдуть прості речення (33,4 %). Подекуди трапляються заголовки, оформлені складнопідрядними чи складносурядними реченнями (по 3,3 %). Наприклад:

Ein Mörder und ein Exempel (BZ, 11./12.02.12);

Kleine Lösung, große Lösung (BZ, 17.01.07);

Geburtstag (BZ, 29.11.06);

Athen beugt sich (BZ, 10.02.12).

Середня довжина заголовка німецького коментаря складає 5 словоформ. Це є найнижчим показником серед проаналізованих різнотипних текстів у німецькій мові. Причину такої стислості можна вбачати у намаганні журналістів влучно й оригінально сформулювати заголовок із залученням різноманітних стилістичних тропів та фразеологізмів.

Важливими компонентами заголовкового блоку газетних текстів, окрім центрального заголовка, є надзаголовок, підзаголовок та проміжний заголовок, використання яких залежить від жанрової належності тексту. Вони відіграють

допоміжну роль стосовно основного заголовка, на що вказують також невербальні ознаки – величина шрифту, курсив, колір тощо.

Надзаголовки, що графічно наводяться прописним шрифтом, трапляються рідше за підзаголовки. Їх використовують в інформаційних (інформативна стаття та кореспонденція) і інформаційно-аналітичних текстах. Для аналітичних текстів надзаголовки не характерні. Центральна функція надзаголовка полягає в загальній орієнтації читача щодо тексту. Г. Бургер [315, с. 116] виділяє також такі функції як привід, зовнішні обставини. В інформаційних статтях і кореспонденціях надзаголовки вказують на місце дії, наприклад, IRAK, SYRIEN, UKRAINE. Вони слугують загальним орієнтиром для читача і впливають на структуру заголовкового блоку статті: у разі його використання інформаційні тексти не містять підзаголовків через принцип мовної економії. Для інформаційно-аналітичних текстів як надзаголовків найчастіше використовують назву жанру – INTERVIEW, (АКТУАЛЬНЕ) ІНТЕРВ'Ю. У німецькій медіапрактиці трапляються надзаголовки із вказівкою на:

- 1) місце дії, установу, наприклад, BERLIN, BRÜSSEL, EU;
- 2) статус респондента, наприклад, EXPERTE, ATOM-EXPERTE, MENSCHENRECHTLER;
- 3) характеристику дії, наприклад, REAKTION;
- 4) ключове слово, наприклад, EUROBONDS.

В українській медіапрактиці серед надзаголовків часто використовують такі, що містять вказівку на ознаку дії, наприклад, АКТУАЛЬНО.

На відміну від надзаголовка, підзаголовки майже завжди супроводжує заголовок. Головна мета підзаголовка полягає в деталізації, поясненні, уточненні основного заголовка. Він відрізняється типографічно від заголовка й основного тексту. Так, наприклад, заголовок кореспонденції *Mit Knieschonern in den "Heiligen Krieg"* має підзаголовки *In einer Broschüre gibt die Terrormiliz IS Ausländern Tipps für die Anreise nach Syrien und für die richtige Ausrüstung* (DT, 4.04.15), або український заголовок *Послання Юнкера* має підзаголовки *Перші*

враження від звернення президента Єврокомісії до Європарламенту "Про стан ЄС" (День, 10.09.15). Як видно з наведених прикладів, підзаголовки надає адресату достатньо інформації, щоб розкрити тему статті, або, принаймні, її окреслити.

В обох медіапратиках підзаголовки не характерні для малих за обсягом текстів – заміток і коментарів. Їх також не використовують в українських текстах-інтерв'ю. У німецьких інформаційних текстах підзаголовки трапляються частіше (93 %), ніж в українських (60 %). Зазвичай підзаголовки відсутній у разі використання надзаголовка.

Підзаголовки в німецьких інформаційних текстах виражені:

- простими реченнями (81,4 %), наприклад:

Britanniens Premier wirbt für Einheit des Königreichs (BZ, 17.02.12);

- номінативними реченнями (11,4 %), як-от:

Schonung für Zivilisten (BZ, 5.10.11);

- складносурядними реченнями (4,3 %), наприклад:

Minister Dirk Niebel trifft Birmas Oppositionsführerin Aung San Suu Kyi – und fasst Vertrauen zu politischen Führern des Landes (BZ, 15.02.12);

- складнопідрядними реченнями (2,9 %), як-от:

Insider befürchten, dass die Bush-Regierung nur noch einen Vorwand für den Angriff auf Iran sucht (BZ, 17.02.07).

Зафіксовано також використання конструкції [джерело або місце] [двокрапка] [висловлювання, оформлене як речення або іменникова конструкція], наприклад:

Steiner: Streichung senkt Treibhausgas-Ausstoß drastisch (BZ, 15.11.11).

Така форма подання інформації, за нашими спостереженнями, набуває поширення в обох мовах. Завдяки їй редакторам вдається влучніше ущільнювати потрібну інформацію.

Особливістю німецького підзаголовка в інформаційних текстах можна вважати використання одразу декількох синтаксичних конструкцій. Наприклад:

(3) *Peking geht auf Distanz zu Putin*

(ПЗ) *China sieht Moskaus Vorgehen auf der Krim als Präzedenzfall / EU könnte bald Sanktionen verschärfen* (DT, 11.03.14).

Автори цієї статті (Paul Flückinger і Hans Monath) використали два підзаголовки, які стисло передають головний її зміст. Причиною такої інформаційної насиченості є надзвичайна міжнародна важливість ситуації, що склалася після російської анексії Криму. Подія набула в світовому житті великий розголос, і тому автори намагалися якомога повніше висвітити політичну ситуацію. Варто зазначити, що в останньому абзаці кореспонденції у зв'язку зі згаданими подіями задіяна ще й тема Білорусії, яка коливається між Росією і Заходом, але її жодним чином не винесено в підзаголовок, оскільки тут вже зачіпається другорядна тема.

В українській медіапрактиці підзаголовки інформаційних текстів представлені, головним чином, простими реченнями (95 %), наприклад:

Влада Колумбії починає мирні перетрактації з ФАРК (День, 29.08.12);

Україну віднесли до категорії "в основному несвободних країн" (День, 18.01.07).

Підзаголовки, виражені складнопідрядними і складносурядними реченнями, зафіксовані лише по 2,5 % вибірки відповідно. При цьому середня довжина українського підзаголовка значно менша (7 словоформ) за відповідну німецьку (10 словоформ).

Подібно до підзаголовків інформаційних текстів, підзаголовки німецьких текстів-інтерв'ю оформлюють здебільшого простими реченнями, наприклад, *Die ehemalige Außenministerin Bakoyannis fordert von Deutschland mehr Respekt für ihr Land* (BZ, 18/19.02.12) і номінативними конструкціями, як-от: *SPD-Fraktionsvize Gernot Erler über den bevorstehenden Teilabzug der Bundeswehr aus Afghanistan* (BZ, 5.10.11). Прості речення побудовані зазвичай за схемою: [хто] [повідомляти] [щось]. У ролі [хто] виступає респондент, компонент

[повідомляти], окрім своєї основної функції, може нести також певну оцінку змісту повідомлення, тобто [чогось]. Наприклад:

SPD-Fraktionschef Thomas Oppermann kritisiert Seehofers Alleingänge im Umgang mit Flüchtlingen und warnt vor einer Überforderung der Kommunen. (BZ, 10-11.10.15)

Як ущільнений варіант трапляється також синтаксична конструкція [хто] [двокрапка] [щось]. Тут двокрапкою передають пряму мову респондента, уникаючи втручання в цитату. Наприклад:

Richard Holbrooke: Merkel sollte die Irak-Politik Washingtons frei heraus kritisieren. (BZ, 18.01.07)

Для нейтральнішого подання підзаголовка використовують номінативне речення, побудоване за схемою: [хто] про [що]. У такий спосіб уникається дієслово, яке потенційно може виражати певну оцінку, наприклад:

Der Sozialpädagoge Ulrich Wagner über die Gefahren der Hetze gegen Flüchtlinge und Minderheiten. (BZ, 29.10.15)

Серед підзаголовків вирізняється особливо такий тип, який можна назвати міні-текстом. Його використовують переважно в тому випадку, коли немає зачину. Саме тому цей тип підзаголовка нагадує зачин. Він побудований за схемою: [ключове слово] [тире] [текст обсягом до 4 речень]. Як ключове слово виступають загальні вказівки на місце події, організацію тощо, наприклад, NAH-OST, BUNDESWEHR. Вони доповнюють, конкретизують надзаголовок. Так, надзаголовок INNERE FÜHRUNG конкретизується ключовим словом підзаголовка BUNDESWEHR-SKANDAL, оскільки із надзаголовка й заголовка не зрозуміло, про що йдеться в цьому інтерв'ю (див. раніше наведений приклад у 3.6.3.1). Після ключового слова слідує міні-текст, в якому коротко повідомляється про ситуацію.

Під проміжними заголовками розуміють типографічно виділені синтаксичні конструкції, які розташовують усередині тексту для візуального структурування суцільного тексту статті. Вони трапляються переважно у великих за обсягом текстах, насамперед, у німецьких і українських

кореспонденціях, а також в українських інтерв'ю. Їх використання зумовлено намаганням редакторів полегшити читачеві сприйняття інформації. З синтаксичного погляду вони виражені іменниковими конструкціями, наприклад, *Jagd auf Deserteure* (BZ, 16.02.12), і простими реченнями, як-от, *"Alle wollen Frieden"* (BZ, 17.02.12). Це зазвичай ключові фрази з тексту, довжина яких у середньому складає 3 словоформи.

3.9 Фрактальність інформаційних текстів

Мета підрозділу – встановити особливості побудови німецьких і українських інформаційних жанрів з точки зору фрактальності. Об'єктом дослідження є інформаційні зовнішньополітичні паралельні тексти в сучасній німецькій і українській мовах. Предметом – інтра- і інтержанрова фрактальність інформаційних текстів на матеріалі сучасних медіавидань обох лінгвокультур упродовж 2002–2015 рр. Для аналізу взято три жанри в німецькій і українській медіапрактиках: замітку, інформаційну статтю і кореспонденцію. Зазначені типи текстів складають ядро жанрового інформаційного потоку в сучасній медіапрактиці.

Для німецьких і українських новинних текстів характерна самоподібна рекурсивна структурна організація. Це спостерігаємо не лише всередині кожного інформаційного жанру, а й на інтержанровому рівні по мірі зростання від замітки, інформаційної статті до кореспонденції.

Розглянемо детально фрактальність на прикладі замітки як найменшого базового інформаційного жанру, оскільки в решті жанрів цього типу текстів зазначений принцип повторюється в ускладненій формі. Для наочності наведемо типову німецьку зовнішньополітичну замітку:

(3) (1) *Juncker will Quote für Flüchtlinge in der EU*

(T) (2) *EU-Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker hat angesichts der Tragödien im Mittelmeer eine Flüchtlingsquote für alle EU-Länder*

gefordert. (3) Dafür trat Juncker am Mittwoch vor dem Europaparlament in Straßburg ein. (4) Es werde am 13. Mai ein – nicht verbindliches System – für die Verteilung der Flüchtlinge in der Europäischen Union vorlegen. (5) Die Entscheidungen der EU-Regierungen auf ihrem Sondergipfel in Brüssel seien nicht ausreichend gewesen. (6) (dpa) (BZ, 30.04–1.05.15)

У замітці візуально виокремлюються такі складники, як заголовок (1), текст повідомлення (2–5) і джерельний маркер (6), зазначення якого є конвенціонально обов'язковим у сучасній медіапрактиці. З фрактального погляду в цьому жанрі релевантними одиницями виступають заголовок (α -фрактал) і текст (ω -фрактал). Заголовок новинних текстів є певною мірою мінімальною одиницею, яка може функціонувати в сучасній медійній практиці автономно (пор. [169; 179]). Адже заголовки є найменшими квантами в новинному потоці. Тому розглядаємо заголовок як фрактал початкової фази, який знаходить своє відображення в самому тексті замітки як фракталі кінцевої фази тематичного розгортання. Заголовок німецької і української інформаційних заміток оформляють переважно простим або номінативним реченнями. У ньому автори якомога стисліше передають повідомлення, зазначаючи базові когнітивні дані ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ.

У наведеному вище заголовку інформаційним ядром є [[*Юнкер*] [*хоче*] [*квоти для біженців в ЄС*]]. У подальшому тексті як ω -фракталі розгортається пропозиція заголовка. Реципієнт дізнається, ХТО такий Юнкер [*Президент Єврокомісії Жан-Клод Юнкер*], ЧОМУ [*трагедії в Середземному морі, недостатність рішень урядів ЄС на спеціальному засіданні в Брюсселі*] він вимагає ЩО [*квоти для біженців в Єврозоні*], КОЛИ [*у середу, 13 травня*] і ДЕ [*перед Європарламентом в Страсбурзі*]. Таким чином, заголовок подібний до тексту замітки в розгорнутому вигляді, який залежно від традицій медіавидання може варіювати. Як показує контрастивний аналіз, у німецьких виданнях тексти заміток більш стандартизовані, ніж українські. Загалом, наявні

структурні відношення між заголовком і текстом у замітках можна охарактеризувати як неповну інтражанрову фрактальність.

Особливістю українських заміток можна вважати їх перенасиченість додатковою інформацією. Цим вони нагадують німецькі розгорнуті замітки або інформаційні статті. Для наочності наведемо українську замітку, яка, на нашу думку, містить багато надлишкової інформації як для цього жанру. Наприклад:

(З) Новим президентом Латвії обрано міністра оборони

(Т) Президентом Латвії на позачерговому засіданні сейму обрано міністра оборони Раймонда Вейоніса, висунутого Союзом зелених і селян (СЗС). За Вейоніса проголосували 55 депутатів. Виступаючи в парламенті, він заявив, що Латвія зацікавлена в конструктивній співпраці з Росією, але зараз із Москвою такі відносини неможливі. «Проте якщо повністю виконуватимуться Мінські домовленості, якщо стрілянина і загибель людей в Україні припиняться, якщо відносини між Україною і Росією поліпшаться і якщо Латвія разом з іншими країнами готова розпочати конструктивний діалог з Росією, то я цей конструктивний діалог, звичайно, підтримаю», — наголосив політик. В інтерв'ю «Дню» політолог, професор Латвійського університету Жанетта ОЗОЛІНЯ зазначила, що сильною стороною Вейоніса є те, що він «тривалий час був залученим до політичного процесу Латвії». «Він знає, як функціонує держава, відбувається ухвалення законів ... знає, як керувати країною», — сказала пані Озолія. Вейоніс народився 1966 року у Псковській області Росії. Був міністром охорони навколишнього середовища і регіонального розвитку в кількох урядах. Має звання магістра біології, яке здобув у Латвійському університеті. Працював вчителем біології в 1-й Мадонській середній школі, був членом правління Скултського порту, депутатом сейму двох скликань. (День, 5.06.15)

У наведеному прикладі до традиційного тексту замітки можна віднести речення 2–4. Речення 5–11, на нашу думку, інформаційно надлишкові для

цього жанру, адже вони повідомляють про те, що конвенційно належить вже інформаційній статті.

Наступний жанр, який цілком відповідає фрактальному принципу будови, є інформаційна стаття. У інтержанровому аспекті інформаційна стаття є фракталом вищого рівня до замітки. При її створенні журналісти мають більше часу і місця на сторінці газети. Це, відповідно, дає змогу адресантові довести до реципієнта новину більш розлого. Як наслідок, збільшується обсяг тексту.

В інформаційній статті виокремлюються вже три фрактальні рівні: заголовковий блок (α -фрактал), лід (φ -фрактал) і текст (ω -фрактал). Їх можна розглядати як автономні одиниці з точки зору реципієнта, який може припинити ознайомлення з новиною на кожній з цих одиниць. Допоміжну роль у цьому жанрі відіграють такі невербальні знаки, як світлини, які частково візуалізують новину. Але головна їх функція, за нашими спостереженнями, полягає у тому, щоб реципієнт звернув увагу на публікацію.

В інформаційній статті простий заголовок замітки перетворюється на заголовковий блок, куди можуть входити надзаголовок, заголовок і підзаголовок. Таке ускладнення заголовка обумовлено збільшенням інформаційного контенту тексту. Надзаголовок, виражений переважно однією лексемою, орієнтує читача ключовим поняттям, заголовок несе основне інформаційне навантаження, а підзаголовок його уточнює, доповнює. Таким чином, всі вони сприймаються як одне ціле, оскільки мають певну автономність. Цьому сприяє і їх типографічне оформлення: жирний збільшений шрифт. Наприклад:

(3) *De Maiziere weist Vorwurf der Lüge zurück*

(ПЗ) *BND-Affäre: Minister bietet vertrauliche Aussage an* (BZ, 30.04-1.05.15);

(3) *Путін засекретив втрати військовослужбовців*

(ПЗ) *Експерт: "Кремль робитиме все можливе, щоб російське населення не могло дізнатися, де гинуть солдати"* (День, 28.05.15).

У проміжному фракталі стисло розгортають пропозицію заголовка. Ним виступає зазвичай перший абзац тексту, який деякі видання часом типографічно виділяють жирним шрифтом. Він нагадує замітку, що стисло відтворює зміст заголовка. У разі відсутності інтересу до новини реципієнт може на цьому фракталі припинити ознайомлення, оскільки далі слідує текст як кінцевий фрактал.

У ω -фракталі інформаційної статті деталізується та конкретизується основна тема, вводяться субтеми. При тематичному розгортанні діє принцип так званої оберненої піраміди, коли спочатку йде головна, а потім другорядна інформація. Така будова тексту обумовлена фактором зручності для редактора, коли через брак місця на шпальті газети можна відкидати кінцеві частини без втрати цілісності тексту.

У третьому, найбільшому, інформаційному жанрі – кореспонденції – також добре простежується фрактальність в інтер- і інтражанровому аспектах. Кореспонденція є фракталом вищого рівня стосовно інформаційної статті і замітки. Для кореспонденції характерні свої особливості через збільшення текстового обсягу. Тут виокремлюються такі три фрактали, як заголовковий блок (α), лід (φ) і сам текст кореспонденції (ω).

Заголовковий блок може складатися подібно до інформаційної статті з надзаголовка, заголовка і підзаголовка. На відміну від інформаційної статті, у заголовковому блоці кореспонденції основний заголовок має тенденцію до максимальної стислості і виконує не тільки інформаційну функцію. Це зумовлено, очевидно, тим, що автори хочуть викликати у реципієнта інтерес для прочитання більших за обсягом текстів, тому вдаються до використання різних стилістичних прийомів. Так, наприклад, заголовок кореспонденції *Duell ohne Sieger* (DT, 04.04.15) важко назвати інформаційним, скоріше, це оцінка події: укр. *Дуель без переможців*. Лише розлогий підзаголовок розкриває зміст цього заголовка, зазначаючи підтеми публікації: *Die Spitzenkandidaten liefern sich eine leidenschaftliche TV-Debatte. Umfragen danach zeigen: Die Wahl der Briten dürfte sehr knapp ausgehen* (укр. *Лідери політичних партій, що йдуть на*

вибори, провели гострі теледебати. Опитування британців після дебатів показують: перемога однієї з сторін можлива з незначним відривом). Доповнює ці заголовки світлина, на якій зображено два головних кандидати партій-конкурентів на вибори в Нижню палату парламенту Великобританії із зазначенням власних імен у підзаголовку до світлини. Або, наприклад, український заголовковий блок з інтригуювальним заголовком і тематизувальним підзаголовком:

(З) Попередження Ердогану

(ПЗ) Експерти "Дня" – про результати парламентських виборів у Туреччині, в яких пропрезидентська партія втратила абсолютну більшість (День, 8.06.15).

У такий спосіб у німецьких й українських кореспонденціях створюють атрактивне інформаційне ядро, оформлене із використанням різних риторико-стилістичних прийомів. Подальші фрактальні одиниці за спіраллю розгортають тему публікації у підтемах і паралельних темах, спочатку в ліді, а потім розлого в самому тексті.

Лід і текст кореспонденції подібний за будовою і функціями до лідів і тексту інформаційної статті. Різниця криється, насамперед, у кількісному і якісному плані. Автору надають більше місця на сторінці газети і тому він вдається до використання проміжних заголовків для полегшення сприйняття, а також до залучення різних стилістичних прийомів для урізноманітнення викладу. Загалом кореспонденції як інформаційному жанру, на відміну від замітки й інформаційної статті, характерна більша варіативність, що оживляє німецьку й українську медіапрактику.

Отже, німецьким і українським інформаційним медійним текстам притаманний фрактальний принцип будови в інтер- і інтражанровому аспектах. Залежно від текстового розміру можна виокремити дво- або трифрактальну будову інформаційних жанрів. У замітках використовують α - і ω -фрактали, а в інформаційних статтях і кореспонденціях додається ще й проміжний ϕ -фрактал. Окрім того, ці три жанри знаходяться у фрактальних відношеннях між

собою від замітки через інформаційну статтю до кореспонденції. Можна припустити універсальність зазначеного принципу побудови для інформаційних типів текстів при збільшенні обсягу тексту. Він обумовлений, насамперед, реаліями існування цієї сфери людської комунікації, коли створення текстів супроводжує брак часу і місця.

Висновки до розділу 3

1. Сконструйовані інваріантно-варіантні фрактальні моделі в зовнішньополітичній і синоптичній тематичних царинах німецького й українського медіадискурсів представлені трьома інваріантними структурами: інформаційною (замітка, інформаційна стаття, кореспонденція, синоптичне повідомлення); аналітичною (коментар) та інформаційно-аналітичною (інтерв'ю). Варіантні конструкти ситуативно паралельних німецьких і українських медіатекстів мають дво- (α - і ω -фрактали: замітки, синоптичні повідомлення, коментарі) та трифрактальну (α -, φ - і ω -фрактали: інформаційна стаття, кореспонденція й інтерв'ю) будову.

2. У замітці як інформаційному жанрі малого формату в обох медіапрактиках добре простежуємо двофрактальну структуру: заголовок як початковий фрактал і основний текст як кінцевий фрактал.

Німецька замітка є стандартизованішою і стислішою за українську. Якщо середнє німецьке коротке повідомлення містить три речення з довжиною 17,1 словоформа, то українське – 6,6 речень з довжиною 20,1 словоформи.

Постійним складником німецької замітки є експліцитно зазначений джерельний маркер в кінці тексту. В українській замітці він експліцитно не виражений, адже в переважній більшості випадків на джерело вказують у самому тексті. На відміну від німецької медійної практики, де замітка є обробленим повідомленням різних інформаційних агентств, українські видання використовують власні новини.

У мікроструктурі німецької й української заміток спостерігаються певні подібності. Це, насамперед, домінування простого речення в заголовках для вираження центральної пропозиції повідомлення. В основному тексті цього жанру новинний матеріал наводиться стилістично сухо, нейтрально за допомогою простих і складнопідрядних речень. При цьому журналісти обох медіапрактик послуговуються переважно непрямою мовою.

У невербальному аспекті німецькі й українські замітки мають багато спільних ознак. Це відображає сучасні тенденції дизайну медійної замітки, коли короткі повідомлення наводять вертикальними блоками з типографічно виділеними заголовками по відношенню до самого тексту з факультативними світлинами.

3. Німецькі й українські інформаційні статті побудовано за трифрактальним принципом: заголовковий блок, лід і текст статті. Макроструктурно в обох медіапрактиках використовують подібний набір структурних одиниць в схожій композиційній послідовності. Разом з тим, спостерігаються структурно-композиційні, синтаксичні, квантитативні, прагматичні та невербальні відмінності в трьох складових частинах інформаційних статей.

Ініціальний фрактал інформаційної статті складається з надзаголовка, заголовка і підзаголовка. У німецькій інформаційній статті при використанні надзаголовка відсутній підзаголовок як інформаційно зайве явище. Український заголовковий блок складається зазвичай з основного заголовка. Підзаголовок трапляється лише у тих випадках, коли головний заголовок оформлений номінативним реченням. В цьому простежується тенденція до виконання українськими заголовками поруч з інформаційною також атрактивної функції. Це відображається саме у домінуванні іменникових конструкцій над простими реченнями, що не характерно для німецьких заголовків.

Проміжним фракталом інформаційної статті виступає лід, де реципієнту стисло повідомляють про основний зміст публікації. Він може часом

виокремлюватися типографічно для кращого візуального сприйняття інформації. На другому фракталі ознайомлення з новиною є достатнім для отримання відносно повної картини про ціле повідомлення. У разі подальшої зацікавленості адресат переходить до кінцевого фрактала – основного тексту.

У кінцевому фракталі німецька інформаційна стаття тематично розгортається в середньому в трьох абзацах по три речення, українська – в двох абзацах по п'ять речень. При цьому німецькі журналісти послуговуються переважно простими реченнями (51,7 %), а українські – складнопідрядними реченнями (43 %). На цю особливість вказують також отримані статистичні показники.

Більшість інформаційних статей у німецькій медійній практиці – це оброблені дані інформаційних агентств. Українські ж інформаційні статті є або авторськими, або взагалі без експліцитного зазначення джерела. Такі відмінності обумовлені, очевидно, екстралінгвальними чинниками.

Стилістичне оформлення у зовнішньополітичних інформаційних статтях обох медіапрактик обумовлено сферою комунікації і тематикою текстів. У німецьких і українських друкованих виданнях використовують стилістично немарковану лексику в складних синтаксичних конструкціях, оскільки журналісти намагаються подати новину якомога насичено, повно із зазначенням першоджерела інформації.

Водночас при висвітленні новин спостерігаються певні відмінності. Якщо в німецьких медіатекстах адресанти уникають експліцитного вираження своєї суб'єктивної точки зору, то в українських текстах це досить поширена практика. Українські журналісти не завжди дотримуються норм побудови виключно інформаційних текстів за західноєвропейськими стандартами. Тут трапляються елементи аналітизму, де адресанти коментують, роблять умовиводи тощо. У цьому можна вбачати тенденцію української інформаційної статті до більшої аналітичності.

Німецькі й українські медіавидання по-різному поєднують світлини з вербальною частиною. У німецькій медіапрактиці, на нашу думку, світлини

гармонійно поєднуються з підзаголовком і разом із заголовковим комплексом інформаційної статті передають центральну пропозицію повідомлення. Прочитання статті в таких випадках потрібно лише для отримання більш детальної інформації. В українській вибірці світлини виступають часом у ролі "загадки", коли зображених на них осіб можливо ідентифікувати лише після ознайомлення з цілим текстом.

4. Німецькі й українські кореспонденції мають подібний набір структурних одиниць зі схожою композицією. Відмінність спостерігається у вживанні німецькими журналістами дейктичної координати місця події, світлин з підзаголовками та надзаголовка у разі відсутності підзаголовка. Завдяки проміжним заголовкам, з точки зору адресата, німецькі кореспонденції більш структуровані за українські і тим самим надають можливість адресату охопити загальний зміст статті через виражені в заголовках ключові слова.

α -фрактал кореспонденції складається з надзаголовка, заголовка, підзаголовка, джерельного та локального маркерів. У німецькій вибірці, на відміну від української, в кореспонденціях використовують надзаголовки (7%). Середня довжина заголовка німецької кореспонденції складає 4,6 словоформ: у простих реченнях – 5,7 словоформ, номінативних реченнях – 4 словоформи. Середня довжина заголовка української кореспонденції складає 3,7 словоформ: номінативне речення – 2,8, просте речення – 5,1, складнопідрядне речення – 8 словоформ.

Для заголовка німецької кореспонденції характерні лише прості та номінативні речення, серед яких домінують останні (66,7%). Простими реченнями виражені 33,3% всіх заголовків. В обох медіапрактиках простежується подібність розподілу заголовків кореспонденцій: домінують короткі, інтригуювальні номінативні речення (66,7% і 63,3%), а прості речення посідають друге місце (33,3%).

У центральній частині німецьких кореспонденцій, де викладається основний зміст статті зазвичай за хронологічним принципом, домінують прості (43,6%) і складнопідрядні (39,8%) речення. Далі за частотою вживання

слідують складносурядні (10,9 %), паратактично-гіпотактичні (3,4 %) та номінативні речення (3,4 %).

В українській основній частині цей розподіл дещо інший: на першому місці складнопідрядні речення (44,9 %), далі за спадом йдуть прості (37,8 %), складносурядні (10,2 %), паратактично-гіпотактичні (6,8 %) та номінативні (0,3 %) речення. На відміну від німецьких кореспонденцій в українських текстах домінують складнопідрядні речення.

Коефіцієнт лінійної кореляції між розподілами в обох вибірках дорівнює 0,97. Це свідчить про подібний розподіл синтаксичних конструкцій у кореспонденціях досліджуваних медіапрактик. Незначна розбіжність виникає лише через різні показники простих і складнопідрядних речень.

Тест на хі-квадрат і коефіцієнт взаємної спряженості Чупрова К виявив статистично значущі показники в обох медіапрактиках. Так, для простих речень у німецькій кореспонденції хі-квадрат дорівнює 7,16, а $K = 0,06$, тобто тут спостерігається залежність між обома параметрами. Окрім того, статистично значущий показник встановлено у номінативних реченнях ($\chi^2 = 17,36$ при $K = 0,09$). В українській вибірці сигніфікативні показники зафіксовано у паратактично-гіпотактичних ($\chi^2 = 11,90$ при $K = 0,08$) і складнопідрядних реченнях ($\chi^2 = 5,55$ при $K = 0,05$). Українським журналістам більш притаманне використання складнопідрядних і паратактично-гіпотактичних синтаксичних конструкцій, а німецькі надають перевагу простим і номінативним реченням, а також інфінітивним конструкціям.

Відмінності встановлено також у заключній частині досліджуваного жанру. Якщо німецька кореспонденція завершується певним підсумком викладу, то українській притаманна експліцитна інтертекстуальність.

У кореспонденціях, на відміну від інших інформаційних видів медіатекстів, журналісти використовують різноманітні стилістичні засоби на лексичному і синтаксичному рівнях. У лексичному складі проаналізованих текстів переважає нейтральна лексика, хоча зустрічаються лексичні одиниці книжкового і розмовно-побутового стилів. Відмінності зауважуємо при

вживанні абревіатур, екзотизмів, метафоризації і вираженні авторської позиції. Якщо в німецьких медіатекстах адресанти уникають експліцитного вираження своєї суб'єктивної точки зору, то в українських часто вдаються до цього. У кореспонденціях обох медіапрактик помітна загальна тенденція до поєднання інформаційного й аналітичного викладу матеріалу.

Зіставне німецько-українське дослідження на прикладі паралельних кореспонденцій дозволяє стверджувати, що подібні студії на матеріалі різних лігвокультурних середовищ допомагають виявляти різноаспектні особливості жанрів. Порівняльний аналіз підтверджує тезу про те, що засоби масової комунікації певного суспільства попри загальну глобалізацію світу відображають національні інтереси через особливості подання інформації в такому частотному жанрі, як газетна кореспонденція. Паралельні німецька й українська кореспонденції попри формальну структурну і функціональну подібність мають відмінності на макро- і мікрорівнях через підбір і оцінку другорядних тем і субтем. Якщо німецька кореспонденція орієнтується переважно на нейтральне висвітлення певної події, то українську кореспонденцію можна схарактеризувати як таку, що має на меті вплинути на реципієнта не лише дескриптивним, а й експлікативним і аргументативним розгортанням теми.

5. Синоптичне повідомлення в німецькій і українській медіапрактиці є двофрактальним семіотичним утворенням. У якості α -фрактала виступає інформаційно порожній тематичний заголовок з локальною референцією, який розгортається у ω -фракталі. Зазначений жанр є яскраво креолізованим текстоутворенням завдяки активному поєднанню вербальної і невербальної частин з тенденцією до останньої форми подання інформації. Середньостатистичне німецьке синоптичне повідомлення містить 33,4 речення з довжиною 11,5 словоформ, українське – 7,2 речень з довжиною 20,1 словоформа.

Попри тематичну подібність німецькі й українські синоптичні повідомлення мають відмінності в граматичному, риторико-стилістичному,

прагматичному та невербальному аспектах. Переважна більшість відмінностей зумовлена екстралінгвальними чинниками, насамперед, економічними.

Контрастивний аналіз виявив, що синоптичному повідомленню в досліджених газетах, як і інших міжнародних медіавиданнях, наприклад, *Harald Tribune*, *Le Monde* притаманна тенденція до візуалізації інформації різними семіотичними елементами. Це свідчить про глобалізацію, спрощення й інтернаціоналізацію зазначеного медітексту в медіавиданнях.

6. Макроструктурно німецькі й українські зовнішньополітичні газетні інтерв'ю використовують подібний набір структурних одиниць, наведених в схожій послідовності. Водночас спостерігаємо структурно-композиційні, синтаксичні, квантитативні і прагматичні відмінності в трифрактальній будові текстів-інтерв'ю.

У α -фракталі при факультативному надзаголовку й обов'язковому заголовку в обох медіапрактиках українські інтерв'ю не використовують підзаголовки. Більш стандартизовані українські заголовки різняться структурно і функціонально від німецьких, для яких характерна ознака спонукальності до прочитання цілого тексту.

Структурні і кількісні відмінності притаманні для ϕ -фрактала текстів-інтерв'ю. В українській медіапрактиці він стандартизований і схожий на коротке повідомлення з блоком запитань і відомостей про респондента. Завдяки цьому адресанти уникають підзаголовки у заголовковому блоці.

Відмінності досліджуваного жанру простежуються й в ω -фракталі текстів-інтерв'ю. Для українських текстів-інтерв'ю характерно використання проміжних заголовків, розлогіх блоків запитань і відповідей. При цьому в них спостерігаємо подібний розподіл синтаксичних конструкцій. Українські журналісти вдаються часом до використання двох і трьох запитань нараз, що не трапляється в німецькій медіапрактиці. Відповідям респондентів української вибірки загалом характерна монологічність і офіційність, а німецьким – діалогічність і розмовність.

Німецьким текстам-інтерв'ю притаманні ознаки розмовного мовлення, в той час як в українських діалогах переважає офіційно-діловий стиль. Це зумовлено вибором респондентів і тематикою інтерв'ю. Як наслідок, така розбіжність впливає на їх лексичне наповнення. Провідною темою діалогів для німецького корпусу була тема залучення німецьких військ у неспокійних регіонах світу, для українського корпусу – проблеми євроінтеграції України.

У невербальному аспекті німецькі тексти-інтерв'ю візуально сприймаються краще за українські завдяки симетричному розміщенню світлин в центрі цілого тексту, а також уникненню нагромадження текстового матеріалу.

7. Для німецьких газетних текстів-коментарів характерна двофрактальна структура. Заголовок як α -фрактал виражений переважно номінативним реченням з середньою довжиною 4,7 словоформ. Текст коментаря як ω -фрактал містить в середньому 12,9 речень і поділений на два абзаци по 6,5 синтаксичних конструкцій. Середньостатистичне речення складається з 15,54 словоформ і вважається легким для розуміння. Для німецьких текстів-коментарів притаманні риси розмовного стилю. В українській медіапрактиці щоденних видань не трапляються ситуативні відповідники німецьких зовнішньополітичних коментарів. Їх місце займають коментарі фахівців або компетентних осіб, опитаних журналістами і наведених одразу після інформаційних статей.

8. Статистичний аналіз німецьких і українських медіажанрів виявив певні подібності і розбіжності в структурному, синтаксичному і квантитативному аспектах. Спостерігається структурна схожість заголовків німецьких заміток і інформаційних статей, у той час як у заголовках кореспонденцій простежується тенденція до номінативного стилю. У цьому відображаються дві інтенції авторів: 1) поінформувати і 2) зацікавити. Якщо для замітки й інформаційної статті домінувальною вважається перша інтенція, то для кореспонденції – друга. У заголовках українських інформаційних жанрів, на відміну від

німецьких, простежується більша подібність між інформаційними статтями і кореспонденціями.

9. Зіставний аналіз заголовків у різнотипних німецьких і українських газетних текстах дозволяє стверджувати, що заголовковий блок як α -фрактал будь-якого тексту залежить від його жанрової належності. Для інформаційних текстів в обох зовнішньополітичних медіадискурсах характерні стислі насичені заголовки, виражені простими реченнями й іменниковими конструкціями. Із збільшенням обсягу інформаційного тексту змінюються функціональне навантаження компонентів заголовкового блоку, застосовуються проміжні заголовки як структурні текстові маркери. Інформаційно-аналітичним текстам притаманні заголовки, виражені здебільшого простими реченнями, які передають головну думку респондента. В аналітичних текстах заголовки представлені різнотипними синтаксичними конструкціями із залученням риторико-стилістичних засобів для привернення уваги адресата.

10. Німецьким і українським медійним текстам притаманний фрактальний принцип будови в інтер- і інтражанровому аспектах. Залежно від текстового обсягу, можна виокремити дво- або трифрактальну будову інформаційних жанрів. У замітках використовують α - і ω -фрактали, а в інформаційних статтях і кореспонденціях додається ще й ϕ -фрактал. Окрім того, ці три жанри знаходяться у фрактальних відношеннях між собою від замітки через інформаційну статтю до кореспонденції. Можна припустити універсальність зазначеного принципу будови для інформаційних текстів. Він обумовлений екстралінгвальними факторами, а саме: реаліями існування цієї сфери людської комунікації, коли створення текстів супроводжує брак часу і місця.

Основні результати цього розділу висвітлено в публікаціях автора [84; 85; 88; 89; 91; 92; 93; 95; 96; 98; 99; 103; 107; 108; 114; 427; 428; 429; 430; 432; 433; 434].

РОЗДІЛ 4
КІЛЬКІСНО-СТАТИСТИЧНЕ ОБЧИСЛЕННЯ
МАРКЕРІВ-ДОМІНАНТ КАТЕГОРІЙ
РЕФЕРЕНЦІЙНОСТІ, ЕВІДЕНЦІЙНОСТІ ТА ТЕМПОРАЛЬНОСТІ
У НІМЕЦЬКИХ І УКРАЇНСЬКИХ МЕДІАТЕКСТАХ

4.1 Референційність у німецьких і українських зовнішньополітичних медіатекстах

У цьому підрозділі нас цікавить питання, чи існують розбіжності при референції в досліджуваних жанрах німецького і українського газетного зовнішньополітичного дискурсу у світлі фрактального підходу. Об'єктом аналізу слугують інформаційний (замітка, інформаційна стаття, кореспонденція), інформаційно-аналітичний (інтерв'ю), а також аналітичний жанри (коментар).

4.1.1 Попередні зауваги. В інформаційному потоці на сторінках сучасних мас-медіа базовими носіями референції виступають власні назви. Адже будь-яке повідомлення має містити окрім складника "*що сталося*" такі дійктичні координати як *хто* і *де*. У мас-медійних інформаційних текстах це зазвичай виражається через антропоніми та топоніми. За підрахунками І.Л. Білоус середня наповнюваність онімами різних німецьких жанрів складає 23,4 % на публікацію. На частоту їх уживання впливає обсяг тексту та його жанрові особливості. При цьому в інформаційних жанрах власні назви використовують у півтора рази частіше за аналітичні через різну інтенцію цих двох жанрових угруповань. Водночас середній показник вживання онімів у друкованому інтерв'ю вищий, ніж у інформаційних і аналітичних жанрах через поєднання двох різновекторних інтенцій, на які йде постійна референція [20].

Оніми, на відміну від апелятивів, посідають особливе місце в лексиконі будь-якої мови. Основна їх функція полягає в тому, щоб виділити,

ідентифікувати окремі об'єкти реальної чи нереальної дійсності, як-от: *Берлін, Ангела Меркель, Гарі Потер* тощо. Різницю між власними і загальними назвами вбачають у семантичній сфері: якщо перші ідентифікують, то другі понятійно характеризують об'єкти дійсності [367, с. 377; 506, с. 31; 532, с. 13; 32]. Функцію ідентифікації особи чи об'єкта в тексті, ситуації можуть виконувати після першого згадування й апелятиви, перифрази або інші текстові маркери. Як влучно зауважив німецький дослідник Г. Кальверкемпер [423, с. 386], оніми на відміну від апелятивів можна вважати "найбільш економними ідентифікаторами".

4.1.2 Попередні дослідження. Власні назви аналізували на матеріалі різних мов у різноманітних аспектах [20; 31; 53; 424; 496; 512; 528 та інші]. Переважно науковці скеровували свою увагу на виявлення функціональних (Н.В. Васильєва [31], В.А. Кухаренко [148], В.М. Кам'янець [76], М. Gyger [384], R. Gläser [375], K. Hengst [406], H. Lenk [462], M. Matic [485]), словотвірних (М. Skog-Södersved [561], Wengeler 2010 [613]), стилістично-прагматичних (В.І. Ільченко [74], О.Ф. Косиченко [136]), символічних (Н.В. Мартемьянова [162]) та фразеологічних (О.О. Сосой [231]) особливостей онімів.

Досить ґрунтовний критичний огляд робіт, присвячених власним назвам у газетно-публіцистичному дискурсі, здійснив німецький дослідник Г. Ленк [462]. Основний недолік багатьох студій автор справедливо вбачає в тому, що оніми досліджували без урахування жанрової належності тексту, тобто не враховувався ситуативний фактор. Г. Ленк [462, с. 58] дійшов висновку, що при аналізі власних назв необхідно враховувати не лише тематику, а й вид тексту. Адже ці чинники значно впливають на використання тієї чи іншої форми власного імені та його оточення.

У зазначеному напрямі проведено синхронічне дослідження І.Л. Білоус, яка зіставила вживання онімів залежно від жанру (замітка, інформаційна стаття, репортаж, портрет, інтерв'ю, коментар, критика, глоса) і тематики

(політика, економіка, суспільство, наука і техніка, культура, спорт) на матеріалі сучасної німецької публіцистики [20]. Авторка дійшла висновку, що в сучасних німецьких газетно-публіцистичних жанрах простежуються певні закономірності вживання онімів. Їх вживання, за спостереженнями дослідниці, залежить як від тематики публікації, так і від жанрової належності медійного тексту.

Відсутність контрастивних німецько-українських студій із врахуванням ситуативного фактору у світлі фрактального підходу зумовлює актуальність нашого дослідження.

4.1.3 Розподіл онімів у медіатекстах. При класифікації референтів ми спираємося на запропонований І.Л. Білоус загальний поділ власних назв (ВН). Авторка вдало врахувала відомі класифікації онімів (А. Баха, Г. Бауера, В. Кам'яця) і успішно випробувала його на матеріалі німецьких газетно-публіцистичних текстів. У класифікації розрізняємо чотири основні групи референтів (дет. див. [Білоус 2014, с. 36–37]):

1. Назви живих істот, куди входять: ВН людей (*Angela Merkel, Busch, В. Ющенко*); колективні ВН (*die Albrechts, Петренки*); ВН фіктивних істот (*Frau Holle, Шрек*); ВН тварин: *Bello, Туза*; ВН флори (*Renette, гольден (сорт яблук)*);

2. Назви речей, подій тощо: ВН подій (*Berlinale, der Zweite Weltkrieg, Різдво*); ВН природних явищ (*Mireille (Таифун), Kathrina (Hurrikan)*); ідеоніми (*Maastrichter Vertrag, Projekt Nabucco, ПДЧ, Універсал*); хрематоніми (*Mercedes, "Planck" (der Satellit), "Мрія" (літак)*);

3. Назви організацій і установ: ВН державних інституцій (*der Bundestag, der Internationale Währungsfond, Верховна Рада*); ВН комерційних інституцій (*Commerzbank, Приватбанк*); ВН партійних утворень (*CDU, БЮТ*); ВН музичних груп (*Rolling Stones, BB*); ВН спортивних організацій (*FC Bayern München, Динамо Київ*); ВН громадських, суспільних, релігійних та інших утворень (*Amnesty International, БЮТ, Просвіта*).

4. Назви географічних об'єктів: ВН країн і державних утворень (*Deutschland, die EU, Монако, США*); ВН федеральних земель, провінцій, кантонів (*Kunduz, Thüringen, Буковина*); ВН міст (*Berlin, New York, Київ*); ВН районів міст (*Charlottenburg, Оболонь*); ВН вулиць, доріг, площ (*der Gendarmenmarkt, Хрещатик*); ВН будівель (*Kathedrale St. Jacobus, Willy-Brandt-Haus, Білий Дім*); ВН географічних регіонів (*Asien, Америка*); ВН гір (*die Alpen, der Thüringer Wald, Карпати*); гідроніми (*Bodensee, Nordsee, Дунай, Чорне море*); ВН об'єктів позаземного простору (*der Mars, Milchstraße, Юнітер*) тощо.

У результаті зіставного аналізу вживання онімів у досліджуваних медіатекстах були складені таблиці 4.1–4.4 (див. табл. 4.1–4.4) з кількісно-статистичними результатами.

Таблиця 4.1

Розподіл референтів у німецьких медіатекстах

Групи референтів	Замітка (%)	Кореспонденція (%)	Інтерв'ю (%)	Коментар (%)
1	2	3	4	5
Живі істоти	23	34	26	26
Речі і події	2	5	3	13
Установи і організації	18	17	35	22
Географічні назви	57	46	36	39

Лінійний кореляційний аналіз розподілів референтів у досліджуваних медіатекстах ($r_{(2-3)}=0,92$, $r_{(2-4)}=0,74$, $r_{(2-5)}=0,98$, $r_{(3-4)}=0,76$, $r_{(3-5)}=0,97$, $r_{(4-5)}=0,79$) виявив подібність їх розподілу (див. табл. 4.1): на першому місці за частотою – географічні назви, на другому – живі істоти, на третьому – установи і організації. Найменше трапляються назви речей і подій.

У всіх досліджуваних німецьких зовнішньополітичних медіатекстах (замітка – 57 %, кореспонденція – 46 %, інтерв'ю – 36 %, коментар – 39 %) домінують географічні назви. Серед них переважають назви країн і міст, як-от: *Das kündigte Bundesinnenminister Hans-Peter Friedrich (CSU) bei einem Treffen der Innenminister aus Deutschland, Liechtenstein, Österreich und der Schweiz am Mittwoch in Nürnberg an* (SZ 11.07.13). При цьому сигніфікативно значущі показники хі-квадрат і коефіцієнта взаємної спряженості Чупрова К (див. табл. 4.2) встановлено для замітки ($\chi^2=16,09$ і $K=0,14$). Це свідчить про те, що основна увага в зовнішньополітичних замітках через їх стислість сфокусована на подіях у світі, які переважно супроводжуються топонімічними маркерами.

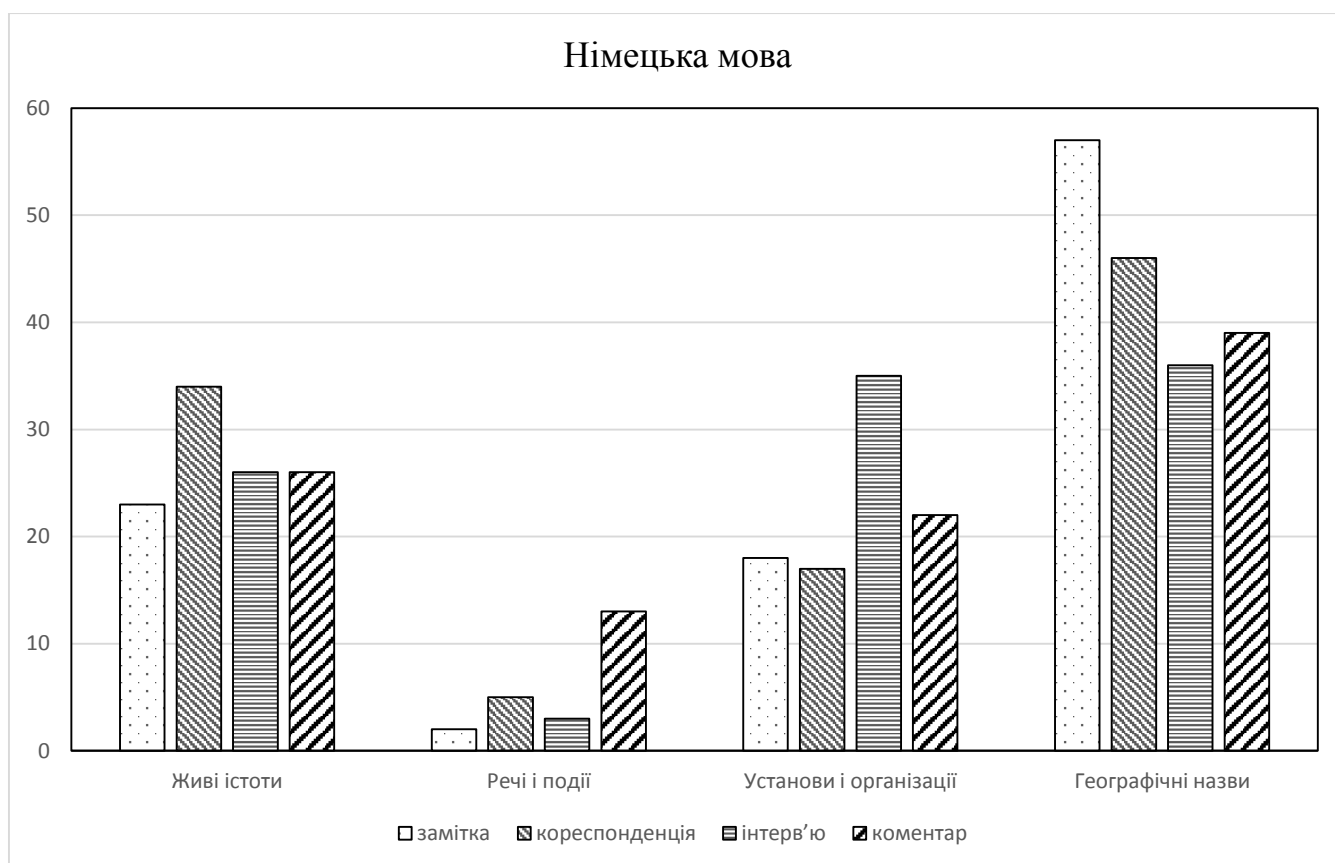


Рис. 4.1 Групи власних назв у німецьких медіажанрах

На другому місці за частотою вживання в інформаційних і аналітичних жанрах є назви живих істот, насамперед, людей, наприклад, *Vier Jahrzehnte lang diente Thein Sein loyal Birmas damaligem Diktator Than Shwe* (BZ, 05.10.11). Статистично значущі показники при цьому зафіксовано для

кореспонденцій ($\chi^2 = 8,38$ при $K = 0,10$), де увага скерована більше на дійові особи у світових новинах (див. табл. 4.2).

Таблиця 4.2

Хі-квадрат і коефіцієнт взаємної спряженості Чупрова К
розподілу референтів у німецьких медіатекстах

Групи референтів	Замітка	Кореспонденція	Інтерв'ю	Коментар
Живі істоти		$\chi^2=8,38$ К=0,10		
Речі і події				$\chi^2=34,48$ К=0,20
Установи і організації			$\chi^2=31,48$ К=0,19	
Географічні назви	$\chi^2=16,09$ К=0,14			

На відміну від згаданих вище медіажанрів у інформаційно-аналітичному жанрі на другому місці за частотою виявилися назви установ і організацій. На цю особливість жанру вказують також отримані статистично значущі величини $\chi^2=31,48$ і $K=0,19$. Це, очевидно, пов'язано з тим, що в інтерв'ю основна увага співрозмовників сфокусована на державні, комерційні, партійні, міжнародні, медійні та інші інституції, наприклад, *Wir haben **der IAEA** längst gesagt, dass wir solche Technik testen – für klassische Bomben* (FAZ, 06.12.11); *In Landesregierung strebt die **SPD** nibelungentreu an die Seite der **CDU**, auch wenn sie andere Alternativen hat* (BZ, 2.11.11).

Найменше трапляються в досліджуваних зовнішньополітичних медіатекстах назви речей і процесів. Статистично значущі величини встановлено для аналітичного жанру ($\chi^2 = 31,48$ при $K = 0,19$). Це, можливо, зумовлено стилістичною варіативністю аргументативного викладу матеріалу,

коли використовуються назви речей, договорів, процесів тощо. Наприклад, *Deutschland hat ein Erste-Klasse-Ticket auf der Titanic* (BZ, 25.11.11).

У ситуативно паралельних українських медіатекстах встановлено подібний до німецької вибірки розподіл онімів за жанрами (див. табл. 4.3). Домінують топоніми, далі йдуть антропоніми, назви установ і організацій. Найменше трапляються назви речей і подій (див. рис. 4.2). На це вказують й отримані величини кореляційного аналізу: $r_{(2-3)} = 0,98$, $r_{(2-4)} = 0,90$, $r_{(3-4)} = 0,96$.

Таблиця 4.3

Розподіл референтів в українських медіатекстах

Групи референтів	Замітка (%)	Кореспонденція (%)	Інтерв'ю (%)
1	2	3	4
Живі істоти	31	26	19
Речі і події	6	6	6
Установи і організації	14	15	21
Географічні назви	49	53	54

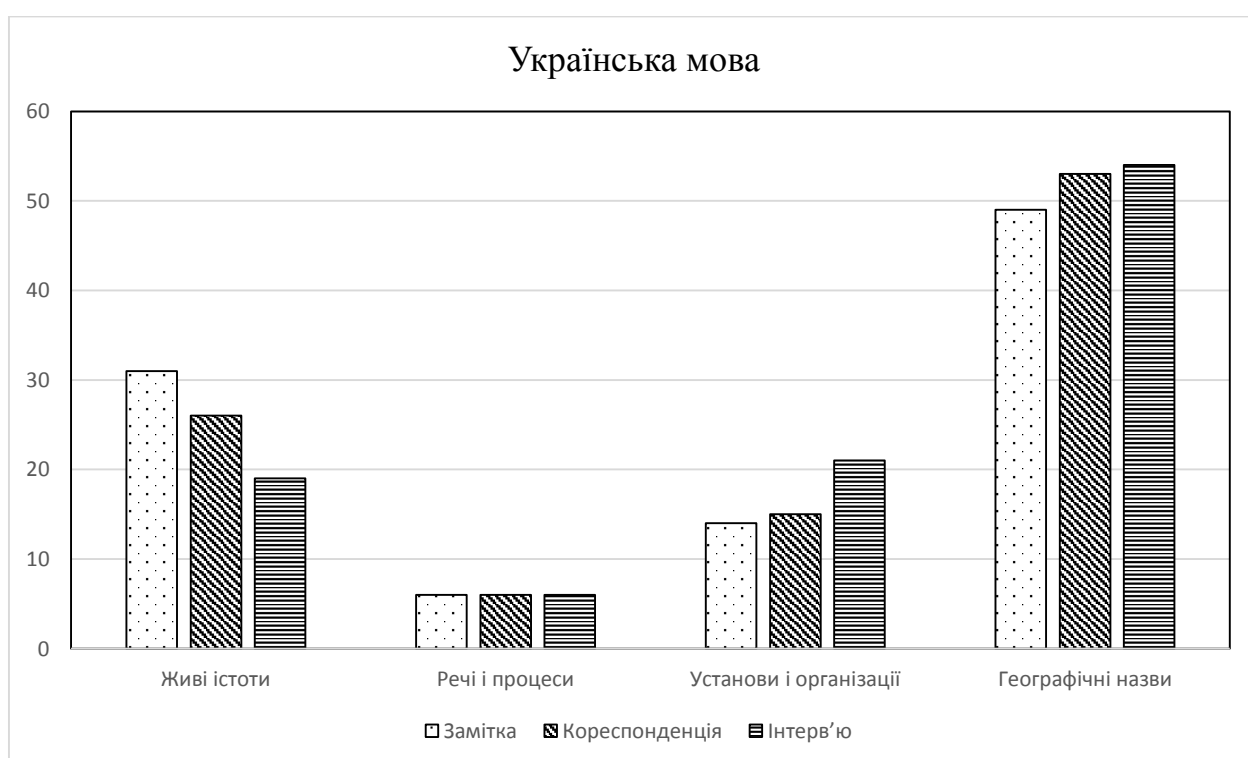


Рис. 4.2 Вживання власних назв в українських медіатекстах

Для антропонімів статистично значущі показники (див. табл. 4.4) отримано в замітках ($\chi^2 = 9,30$ при $K = 0,09$), що відрізняється від німецької вибірки. Одним з пояснень цьому є те, що українські замітки більш розгорнуті за німецькі і тому в них частіше трапляються антропоніми. Наприклад, *Прем'єр-міністр Великої Британії Тоні Блер учора оголосив рішення уряду про виведення британського військового контингенту з Іраку* (День, 22.02.07).

Таблиця 4.4

Хі-квадрат і коефіцієнт взаємної спряженості Чупрова К
розподілу референтів в українських медіатекстах

Групи референтів	Замітка	Кореспонденція	Інтерв'ю
Живі істоти	$\chi^2=9,30$ K=0,09	—	—
Речі і події	—	—	—
Установи і організації	—	—	$\chi^2=6,85$ K=0,08
Географічні назви	—	—	—

Варто зазначити, що в українському інтерв'ю, як і в німецькому, статистично значущі величини отримано для назв установ і організацій ($\chi^2 = 6,85$ при $K = 0,08$). Наприклад, *Я думаю, що перший крок було зроблено – БЮТ і «Наша Україна» погодилися координувати позицію по міжнародним питанням* (День, 24.02.07). Це підтверджує наш висновок про те, що в інтерв'ю співрозмовники більше зачіпають питання, які пов'язані з партійними, громадськими, міжнародними та іншими інституціями.

Загалом у досліджуваних мовах можна виокремити три ступені частоти вживання референтних позначень у ситуативно паралельних медіатекстах:

1) високий – географічні назви у замітках (нім. – 57 % / укр. – 49 %), кореспонденціях (нім. – 46 % / укр. – 53 %), інтерв'ю (нім. – 36 % / укр. – 54 %), коментарях (нім. 39 %);

2) середній – назви істот у замітках (нім. – 23 % / укр. – 31 %), кореспонденціях (нім. – 34 % / укр. – 26 %), інтерв'ю (нім. – 26 % / укр. – 19 %), коментарях (нім. 26 %); а також назви установ і організацій у замітках (нім. – 18 % / укр. – 14 %), кореспонденціях (нім. – 17 % / укр. – 15 %), інтерв'ю (нім. – 35 % / укр. – 21 %), коментарях (нім. 22 %);

3) низький – назви речей і процесів у замітках (нім. – 2 % / укр. – 6 %), кореспонденціях (нім. – 5 % / укр. – 6 %), інтерв'ю (нім. – 3 % / укр. – 6 %), коментарях (нім. 13 %).

З огляду на частоту та важливість антропонімів і топонімів у референційній картині досліджуваних медіатекстів обох мов, ми вирішили прослідкувати закономірності їх вживання.

4.1.4. Вживання антропонімів і топонімів у німецьких і українських медіатекстах. При розподілі онімів врахована класифікація Г. Ленка [462, с. 388–390], яка створена на достатньому емпіричному матеріалі німецького і фінського газетних дискурсів. Але через те, що в центрі уваги дослідження Г. Ленка були лише заголовки коментарів і некрологи, виявилось, що при аналізі досліджуваних жанрів цією класифікацією можна скористатися лише частково. Це ще раз підтверджує тезу про те, що для кожного жанру притаманні особливості вживання онімів. У результаті зіставного аналізу вживання антропонімів установлені такі можливі колокації антропонімів у газетному зовнішньополітичному дискурсі:

1. **Прізвище**, коли зазначається лише прізвище референта: *Merkel*, *Schäuble*, *Erdogan*, *Саркозі*, *Путін*, *Гюль*.

2. **Означення + ім'я** [-/+ **прізвище**], коли перед онімом вживають означення, виражене переважно прикметником: *der parteilose Mario Monti*, *der 43-jährige Fidan*; *стійка Габріель*, *41-річний Масімов*.

3. **Ім'я + прізвище**, коли використовують ім'я і прізвище референта: *Angela Merkel*, *Dirk Niebel*, *Bashar al-Assad*, *Nicolas Sarkozy*, *Юлія Тимошенко*.

4. **Офіційний титул + прізвище**, наприклад: *Bundeskanzlerin Merkel*, президент Порошенко.

5. **Офіційний титул + ім'я + прізвище**, наприклад, *Bundeskanzlerin Angela Merkel*, *US-Präsident Barack Obama*, *Präsident Abdullah Gül*, канцлер Ангела Меркель, президент Петро Порошенко.

6. **Офіційний титул + ім'я + прізвище + (партійна приналежність)**, наприклад, *Außenminister Guido Westerwelle (FDP)*, *Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU)*.

7. **Військове звання + ім'я + прізвище**, наприклад, *Vize-Admiral Mark Fox*, адмірал Уільям Фаллон.

8. **Звертання + прізвище**, коли використовують форми звертання *пан*, *пані*, *Herr*, *Frau*, наприклад, *Herr Beck*, *Frau Merkel*, *фрау Меркель*, *пане Лавров*.

9. **Посада + ім'я + прізвище**, коли перед власним іменем наводять посаду у ролі прикладки, наприклад, *DGB-Vizechef Ingrid Sehrbrock*.

10. **Власне ім'я як прикладка**. Ім'я і прізвище виступають як прикладка в постпозиції, на що вказують артикль основного іменника або кома: *der Kriminalfall Rieger*, *Israels Botschafter in Bangkok*, *Itzik Schaham*; комісія Путін-Ющенко.

11. **Дериваційна конструкція**. Це переважно різнокомпонентні композити з власним ім'ям. Зазвичай це okazionalizmi, що часом можуть перейти до групи слів активного вживання. Наприклад, *Schäuble-Buch*, *das Assad-Regime*, *das Nach-Gaddafi-Libyen*, *Erdogan-Regierung*.

Референцію на конкретні суб'єкти в медіатекстах здійснюють, окрім онімів, через апелятиви, дефініційний опис і займенники (пор. [384, с. 149; 422 та інші]). Ознакою оцінки або впливу на читача можна вважати певну субституцію офіційної власної назви (пор. [375, с. 88]). Так, для антропонімів розрізняють такі субституції:

- 1) скорочення імені: *V.V.* замість *V.V. Путін*;
- 2) перифраза імені апелятивом: *Sparkanzlerin* для *A. Merkel*;

3) перифраза імені іншим власним іменем: "церковный Горбачев" замість *Алексія* [528, с. 164].

Останнім часом у німецькому політичному дискурсі спостерігається активна деонімізація імен політиків. Якщо раніше це відбувалося з іменами винахідників і науковців, то зараз це стосується здебільшого представників політики. При цьому в новоутворених лексемах спостерігається негативна конотація. Наприклад, дієслово *schrödern* утворено від імені колишнього канцлера Герхарда Шредера і має значення "авторитарний тип поведінки"; *gutenbergen* – від імені колишнього міністра оборони Карла Теодора цу Гутенберга в значенні "займатися плагіатом"; *lafontainieren* – від імені політика Оскара Лафонтена в значенні "раптово йти у відставку"; *merkeln* – від імені канцлера Ангели Меркель у значенні "багатоговорити і нічого не сказати по суті" (пор. [613]).

В українському зовнішньополітичному дискурсі такий перехід власних імен політиків в апелятиви трапляється досить рідко, як-от: *кучмізація*, *кравчучка*, *ющенківщина*. Разом з тим, як зазначає Д.В. Дергач [53], в українських мас-медіа трапляються оніми в множині, наприклад: *ющенки*, *тимошенки*, *януковичі* тощо. На думку дослідника, експресивність й негативне забарвлення зумовлюється написанням таких онімів із маленької літери, що свідчить про позбавлення функції індивідуалізації, позначення ними класу однотипних об'єктів і їх поступовий перехід у розряд апелятивів.

На відміну від німецького узусу, український має теоретично більше можливостей на позначення певної особи завдяки використанню імені по батькові. Але, за нашими спостереженнями, в українських зовнішньополітичних медіатекстах таких колокацій не зафіксовано. У німецькомовному узусі ім'я по батькові не поширене. Використання тієї чи іншої форми власної назви – *ім'я*; *ім'я + по батькові*; *ім'я + по батькові + прізвище*; *ім'я + прізвище* тощо – може свідчити про ставлення до особи (пор. [260, с. 141]). Вживання певної форми власного імені залежить від сфери комунікації, насамперед, від форми спілкування: усної чи писемної, а також ситуації.

Аналіз німецьких медіатекстів зовнішньополітичної тематики виявив такі частотні варіанти реалізації антропонімічної референції:

1. **Прізвище**, наприклад: *Schäuble, Niebel, Merkel*. Це найчастотніша форма антропонімічної референції в досліджуваних медіатекстах. Її використовують переважно після першого повного згадування в самому тексті або в заголовку за умови, що зазначена особа відома широкому колу читачів. К. Генгст [406, с. 189], проаналізувавши оніми в заголовках, зауважив, що коротка форма антропоніма може мати такі ознаки, як *неофіційність, наближеність до читача та оцінку*. На нашу думку, саме стислість зумовлює частотність цього дейктичного антропонімічного маркера як у заголовках, так і в самому тексті, адже решта онімічних референційних маркерів можна вважати надлишковими в умовах цейтноту медійної роботи.

2. **Ім'я + прізвище**, наприклад: *Wolfgang Schäuble, Dirk Niebel, Angela Merkel*. Така розгорнута форма антропонімічної референції в німецькому зовнішньополітичному дискурсі трапляється рідше за попередню, оскільки ім'я можна вважати інформаційно зайвим з огляду на те, що в контексті повідомлення читачеві і так зрозуміло, хто саме є референтом.

3. **Офіційна посада + ім'я + прізвище**, як-от: *Finanzminister Wolfgang Schäuble, Präsident Baschar al-Assad, Vize-Premier Bülent Arinc*. Подібні складні словосполучення трапляються в ф-фракталі медіатексту, коли розгорнуто вводять референта повідомлення. Читач отримує повну офіційну інформацію про особу, наприклад, *EU-Währungsunion Olli Rehn, Polens Regierungschef Donald Tusk*. Антропонім представлений здебільшого ім'ям і прізвищем. У препозиції виступають офіційні титули, посади тощо, наприклад: *Chinas Außenminister, Premier, Bundeskanzlerin, Präsident, Ministerpräsident, der stellvertretende iranische Atom-Chefunterhändler*. Варто зазначити, що артикль перед офіційною посадою використовують лише при наявності атрибута. В іншому випадку загальна назва виступає ядерним словом, а антропонім як експлікативна прикладка (пор. [350, с. 987]). Такі форми властиві

антропонімам на позначення маловідомих осіб, де для читача важлива посада референта, а не його ім'я, як-от: *die Pressesprecherin Kristina Potuptschik*.

Особливість референції німецьких антропонімів полягає в тому, що після прізвища в дужках наводять також політичну належність згаданої особи, як-от: *Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU)*, *Finanzminister Wolfgang Schäuble (CDU)*, *Deutschlands Entwicklungshilfeminister Dirk Niebel (FDP)*. Партийна референція притаманна виключно німецьким посадовцям, хоча діячі інших країн теж належать до певних партій у своїй країні. В українській медіапрактиці про партійну належність так експліцитно не згадують, очевидно, через велику їх кількість, відносно короткий термін існування, а також мінливість їх складу.

4. **Ім'я + прізвище + [,] + посада.** Наприклад, *Caleb McCarry, Kuba-Koordinator im US-Außenministerium*. У таких колокаціях антропонім виступає ядром словосполучення, а орфографічно виокремлена посада – прикладкою.

5. **Посада + [,] + ім'я + (звання) + прізвище,** як-от: *der Parlamentarische Geschäftsführer der SPD-Bundestagsfraktion, Thomas Oppermann*; *der Chef der Mission, General Mohamed al-Dabi*; *der Chef der im Kongo kämpfenden Miliz FDLR, Ignace Murwanashyaka*. Тут антропонім виступає як прикладка. Він орфографічно виокремлюється комою. Ядерне слово детермінується артиклем.

6. **Посада (звання) + ім'я + прізвище + [,] + прикладка.** Наприклад, *Oberleutnant Hussein Harmush, der Gründer der aufständischen Freien Syrischen Armee*. Такі антропонімічні колокації надають німецькомовному зовнішньополітичному дискурсу риси номінативного стилю. Сучасні журналісти, за нашими спостереженнями, не зловживають ними, адже за використання саме таких синтаксичних конструкцій мова преси завжди зазнавала критики.

Решта референційних маркерів для антропонімів, як-от апелятиви (*Präsident, Minister*), займенникові маркери (*er, der*), описова референція (*der 44-jährige Republikaner*), трапляються в німецькому зовнішньополітичному дискурсі не так часто, як в українському. Це, очевидно, зумовлено домінуванням різноманітних антропонімічних референцій у поєднанні з прізвищем. У цьому можна вбачати прагнення журналістів уникати

непорозуміння при сприйманні інформації, адже інколи займенники ускладнюють однозначне розуміння новини.

Аналіз українських медіатекстів виявив такі частотні варіанти реалізації антропонімічної референції:

1. **Прізвище**, наприклад: *Яценюк, Лукашенко, Назарбаєв, Штойбер*.

2. **Ім'я + прізвище**, наприклад: *Петро Порошенко, Арсеній Яценюк, Ангела Меркель*.

3. **Ініціал імені + прізвище**, наприклад: *А. Меркель, А. Яценюк*.

Нами не зафіксовано використання в медіатекстах *імені по батькові* в повному чи скороченому вигляді. Очевидно, така форма не характерна для сучасних зовнішньополітичних медіажанрів. Серед усіх форм домінує за частотою варіант *прізвище* або *ініціал імені + прізвище*, оскільки ці форми референції можна вважати найбільш економними.

На думку Д.В. Дергача, надання переваги одно- чи багатоконпонентній іменній структурі визначає рівень експресії, якої набувають оніми. Найбільш емоційно й експресивно забарвленими науковець називає структури, які складаються або лише з імені, або з імені та по батькові, що вказує на їх вагоме місце в мовній свідомості нації [52]. На нашу думку, це також пов'язано зі знаннями про культурні традиції певного соціуму. Так, інколи в інтерв'ю з представниками російської лінгвокультури, журналісти німецькомовного журналу *Der Spiegel* використовують ім'я і по батькові замість звичної референційної практики.

4. **Офіційна посада + ім'я + прізвище**, як-от: *міністр закордонних справ України Арсеній Яценюк, голова МЗС Сергій Лавров, президент США Барак Обама*. Такі складні словосполучення трапляються в ф-фракталі повідомлення при повній інтродукції референта. Антропонім завжди представлений ім'ям і прізвищем. У препозиції виступають офіційні титули, посади тощо, як-от: *голова МЗС, президент США, верховний представник Євросоюзу, державний секретар США*.

5. **Апелятив**, коли загальне ім'я виступає контекстуальним синонімом, наприклад, *президент, міністр, держсекретар*.

6. **Описова референція**, наприклад, *перша особа, глава МЗС України, Президент України, президент Росії, російський президент, президент РФ, хазяїн Кремля*.

Д.В. Дергач, проаналізувавши вживання онімів загалом в українській пресі, пропонує розрізняти власне перифраз – словосполучення, семантика якого чітко вказує на особу або об'єкт, про який ідеться, та контекстуальний перифраз, який реалізується лише в певному контексті. Серед власне перифразів він виділяє такі групи: а) антропонімні: *Ю. Тимошенко – газова королева, газова принцеса, дама з косою* та ін., *М. Поплавський – співаючий ректор*; б) топонімні: *Пекін – столиця Піднебесної, Японія – країна сонця, що сходить* та ін.; в) ергонімні (назви партій заводів, таборів, навчальних закладів, фірм тощо): *"Артек" – столиця дитинства* та ін. [53].

7. **Займенникові референтні маркери**, наприклад, *він, який* тощо.

Зазначені в пунктах 5–7 контекстуальні маркери частіше трапляються в кореспонденціях, коли автор намагається стилістично урізноманітнити антропонімічну референцію.

Для наочності наведемо типову українську інформаційну замітку, де прослідкуємо референцію на головну дійову особу повідомлення:

(З) *Австралія: Гіллард переобрали головою лейбористів*

(Т) *Чинний прем'єр-міністр Австралії Джулія Гіллард перемогла на достроковому голосуванні Лейбористської партії свого колегу, екс-голову уряду Кевіна Радда. Як повідомляє Бі-Бі-Сі, Гіллард отримала близько двох третин голосів членів правлячої партії. Перед голосуванням прем'єр-міністр заявила, що його проведення дозволить покласти край розколу в рядах лейбористів. Тепер голову уряду чекає, як вважають аналітики, боротьба з консервативною опозицією, що почала посідати лідируючі позиції в опитуваннях громадської думки. Нагадаємо, 22 лютого Радд, перебуваючи з офіційним візитом у*

США, вирішив піти у відставку з посади голови МЗС. "Джулія (Гілард), усвідомлює вона це чи ні, втратила довіру австралійського народу, й у понеділок я збираюся повернути цю довіру. Я хочу завершити роботу, яку австралійський народ довірив мені зробити, коли обрав мене прем'єр-міністром", — сказав він. Радд раніше вже очолював лейбористів, але 2010 року, після різкого падіння його популярності, партію очолила Гілард. Радд також був на чолі австралійського кабінету міністрів у період із 2007 року по 2010-й. Наступні загальні вибори в Австралії відбудуться 2013 року. Результати опитувань громадської думки показують, що лейбористи, найімовірніше, програють їх (День, 28.02.12, підкреслено нами. – Ю.К.).

Як видно з наведеного прикладу, у α -фракталі головна дійова особа повідомлення вводиться лише прізвищем, і читачеві відомо те, що вона очолила лейбористів в Австралії. В інтродуктивному реченні ω -фрактала дійову особу зазначено повністю з посадою: *Чинний прем'єр-міністр Австралії Джулія Гілард*. У подальшому для референції тричі використовується прізвище *Гілард* і по одному разу – ім'я, апелятиви та займенник: *Джулія, прем'єр-міністр, голова уряду, вона*. Це типова референційна тактика зовнішньополітичної замітки.

У більших за обсягом інформаційних жанрах – інформаційній статті та кореспонденції – спостерігаємо дотримання такого принципу дейктичної референції: в α -фракталі наводиться коротка референція для відомих осіб, у φ -фракталі – відбувається повна ідентифікація антропоніма, а потім у ω -фракталі референцію здійснюють через прізвище або перелічені текстові маркери (5–7). У заголовковому блоці (надзаголовок, заголовок, підзаголовок) використовують, насамперед, антропоніми, виражені лише прізвищем, що зумовлено мовною економією.

Аналіз вживання топонімів у німецькому й українському зовнішньополітичному інформаційному дискурсі не виявив суттєвих розбіжностей між

ними. В обох медіапрактиках спостерігається подібність використання топонімічної референції. Це спричинено тематикою цієї інформаційної царини: актуальні події у світі. Найчастотнішими топонімами є назви провідних розвинутих країн, як-от: *China, die USA, Frankreich, Japan, Великобританія, Італія, Німеччина* тощо, або тих країн, де відбуваються важливі політичні, соціальні події, як-от: *Griechenland, der Irak, Somalia, Ägypten, Irak, Іран, Сирія, Україна* тощо. Постійним атрибутом медійних текстів є назви міст (наприклад, *Paris, Teheran, Washington, Варшава, Пекін, Сеул* тощо) як у прямому, так і в переносному значенні при зазначенні уряду відповідної країни. Розбіжності завважуємо лише в обсязі згаданих топонімів, адже німецькі видання, використовуючи дані різних інформантів, ширше інформують свою аудиторію про події у світі, ніж українські, які повідомляють переважно про новини країн пострадянського простору. Така диспропорція пояснюється, насамперед, прагматичними й екстралінгвальними чинниками (політичними й економічними).

4.2 Евіденційність у німецьких і українських медіатекстах

4.2.1 Попередні зауваги. У сучасній лінгвістиці останнім часом значно поживалося дослідження такої семантичної категорії як евіденційність (англ. *evidentiality*, нім. *Evidentialität*), яка в деяких мовах виступає як граматична категорія з добре розвинутою морфологічною системою (пор. [121; 181; 194; 249; 267; 280; 322; 385; 332]). Запропонований у 1947 році Ф. Боасом [302] термін набув поширення лише наприкінці ХХ століття. У фаховій літературі спостерігається однотайність лише в тому, що з евіденційністю асоціюють джерело інформації. У сучасному лінгвістичному просторі використовують паралельно також терміни засвідченість / незасвідченість, інференційність / неінференційність, переповідність / непереповідність, дистантність / недистантність, конфірмативність / неконфірмативність тощо [37, с. 302–305; 181, с. 52–

54].

Евіденційність ще не є достатньо дослідженим лінгвальним явищем, що зумовлює різні погляди на її сутність. Це виявляється вже при самому окресленні предмета категорії, адже евіденційність може виражатися лексичним і граматичним кодуванням. А. Айхенвальд [280], наприклад, обмежує цю категорію виключно граматичними евіденційними маркерами. Ще Ф. Боас при першому визначенні цієї категорії мав на увазі певні афікси, що вказують на джерело інформації як ознаки її достовірності. Граматично виражену евіденційність можна розглядати як евіденційність у вузькому розумінні. Як яскравий приклад часто наводять північноамериканську мову туюка, в якій розрізняють п'ятичленну систему евіденційності. Тут розрізняють (1) знання з власного візуального досвіду мовця, (2) знання про факт через почуте, (3) умовивід на основі певних показників, (4) знання від іншої особи і (5) логічний висновок (пор. [290]):

1) *díiga aré-wi* "Він грав у футбол" (я це бачив)

[футбол грати-3-я особа претерит візуальність]

2) *díiga aré-ti* "Він грав у футбол" (я про це чув, але цього не бачив)

[футбол грати-3-я особа претерит невізуальність]

3) *díiga aré-yi* "У мене є докази, що він грав у футбол, але я цього не бачив"

[футбол грати-3-я особа претерит інференційність]

4) *díiga aré-yigi* "Мені сказали, що він грав у футбол"

[футбол грати-3-я особа претерит повідомлення]

5) *díiga aré-hīyi* "Можна логічно припустити, що він грав у футбол"

[футбол грати-3-я особа претерит висновок]

У процесі аналізу цього мовного явища науковці почали розглядати його широко, адже через різну мовну будову евіденційність як семантичне явище може виражатися і лексично, що притаманне флективним мовам (пор. [616]). Таке тлумачення евіденційності можна назвати евіденційністю у широкому розумінні.

Емпіричні студії на матеріалі різних мов дають підстави розрізняти такі основні види евіденційності: пряма (сенсорна) і непрямая (через посередництво). Останню, в свою чергу, поділяють на інференційну (таку, що логічно виводять) і репортативна (квотативна, цитація). Незважаючи на термінологічні розбіжності, на сьогодні закріпилися саме ці три види евіденційності: пряма, репортативна й інференційна (пор. [282; 385; 194]).

О.І. Ніка слушно вказує при цьому на зв'язок непрямой евіденційності з інтертекстуальністю (термін Ю. Кристевой), під якою розуміють наповнення тексту чужими словами різного ступеня віддаленості. Адже будь-який текст зітканий із цитат відомих і анонімних джерел, що визначає неоднорідність тексту [181, с. 54]. Це прискорюється завдяки інтернету, коли світ стає єдиним інформаційним простором, незважаючи на мовні бар'єри.

У зв'язку з евіденційністю часто згадують іншу категорію – епістемічну модальність. Явище модальності, як зазначає більшість науковців, надзвичайно складне та багатоаспектне (пор. [23; 33; 237; 243; 320; 491; 507; 511]). Як показує критичний аналіз наукової літератури, жодна мовна категорія не викликає так багато живих дискусій, як категорія модальності (пор. [210, с. 170]). За визначенням В.М. Ярцевої, "модальність – функціонально-семантична категорія, що виражає різноманітні види ставлення до дійсності, а також різні види суб'єктивної кваліфікації того, про що повідомляють" [157, с. 303]. О.О. Селіванова тлумачить категорію модальності як "категорію мови і мовлення, що виражає реальні / ірреальні відношення висловлювання до дійсності, цільову настанову мовця або суб'єктивну кваліфікацію ним повідомлення" [219, с. 462]. Не можна не погодитися з часто цитованою думкою Ш. Баллі [8, с. 44], що модальність – це душа речення і немає висловлювань без модальності (пор. також [33]). Адже будь-яке висловлювання може імплікувати певну оцінку, ставлення мовця, що експлікується лексико-граматичними чи просодичними засобами.

Отже, попри різноманіття підходів і визначень категорії модальності більшість мовознавців сходиться на думці, що модальність є не складником

пропозиції висловлювання, а чимось додатковим, що супроводжує пропозицію, і її можна класифікувати на підвиди залежно від різних граматично-формальних критеріїв: деонтичну, епістемічну та інші [599, с. 104].

На сьогодні існує два погляди на питання щодо відношення між епістемікою (епістемічною, суб'єктивною модальністю) і евіденційністю. Одні дослідники (пор. [320; 322; 453; 617]) вважають, що евіденційність входить до епістемічної модальності, оскільки обидві категорії відображають оцінку мовцем істинності пропозиції, що простежується особливо в інференційному значенні [288, с. 85–86], і крім того, в окремих мовах евіденційні й епістемічні маркери мають спільне походження. Інші науковці (пор. [325; 333; 505]) схиляються до думки, що оцінка мовцем істинності пропозиції і вказівка на джерело інформації близькі, проте незалежні категорії, оскільки вони по-різному описують пропозицію. Е. Лейс [460, с. 18] підкреслює, що стосовно німецьких модальних прислівників ці дві категорії семантично різні явища: вони мають або епістемічне, або евіденційне значення. При граматичному вираженні евіденційності з подвійним дейксисом, наприклад, у німецьких модальних дієслів, мовець як кодує джерело, так і виражає свою оцінку інформації. С. Чанг і А. Тімберлейк [325] зазначають, що епістемічне значення характеризує ситуацію щодо актуального й інших можливих світів, а евіденційне значення – лише щодо актуального світу з урахуванням при цьому джерела інформації мовця.

Не можна не погодитися з думкою В.А. Плунгяна, що з огляду на різнотипну будову мов немає підстав об'єднувати чи повністю розмежовувати ці дві категорії [194, с. 325]. Між ними є певні перетини, адже можна вказувати на джерело і виражати імпліцитно або експліцитно певну оцінку. До того ж маркери евіденційності й елементи епістемічної модальності не завжди є ознаками істинності інформації про подію (пор. [511]). І, врешті решт, перетин евіденційності й епістемічної модальності неминучий у процесі комунікації, адже учасники комунікації ставлять перед собою різні цілі і використовують для їх досягнення різні засоби (пор. [249]).

Епістемічна модальність і евіденційність тісно пов'язані між собою: якщо перша виражає ставлення мовця до інформації з погляду її достовірності, то друга позначає джерело інформації, на якому ґрунтуються висловлювання мовця. Отже, поняття епістемічної модальності дещо ширше за поняття евіденційності, оскільки тут простежується відношення кон'юнкції між поняттями. До того ж, сама по собі евіденційність не є показником достовірності інформації і тому для вірної інтерпретації висловлювання необхідно враховувати й оцінку мовця як кінцевого джерела для реципієнта.

Цікавими щодо вияву епістемічної модальності й евіденційності є тексти з різною адресною референцією. Такими вважають, без сумніву, інформаційні й аналітичні медіатексти, де автори повинні за конвенціональними умовами дотримуватися об'єктивності при висвітленні подій.

Питанням модальності й евіденційності в різних мовах присвячували свої дослідження В. Абрахам [271], А. Айхенвальд [280], Ш. Баллі [7], В.В. Виноградов [33], О.В. Бондарко [241], Г.В. Колшанський [128], І.В. Смуцинська [226] та багато інших. На матеріалі німецької мови цим питанням детально займалися такі мовознавці, як Г. Фатер [599], Г. Ольшлегер [509], Г. Дівальд [331], О. Берісвіл [289], Е. Лейс [460], А.В. Аверіна [23] та інші, які розглядали головним чином вияви модальності як мовного явища загалом, так і окремі випадки вживання певного модального дієслова. В українському лінгвістичному просторі останнім часом спостерігається активізація загальномовознавчих досліджень модальності (пор. [64; 45; 184; 237; 259]). Так, В.М. Ткачук [243] спробував системно розглянути вияви модальності в слов'янських (російській і українській) і германських (англійській і німецькій) мовах на матеріалі художньої літератури ХІХ–ХХ ст. До цього часу залишаються поза увагою прояви евіденційності й епістемічної модальності в певному неузагальненому мовному дискурсі, що й зумовлює актуальність нашої студії.

У сучасних німецьких й українських інформаційних і аналітичних жанрах епістемічна модальність з або без ознаки евіденційності виражається по-

різному. Епістемічна модальність, під якою розуміємо оцінку мовцем пропозиції висловлювання з погляду її достовірності, може експлікуватися через фонетичні (просодія), лексичні (модальні слова, модальні вирази, модальні частки) та граматичні засоби (модальні дієслова, умовний спосіб) (пор. [23; 134, с. 308; 271, с. 252]). Оскільки зіставляємо газетні тексти, то це обмежило предмет нашої студії лексико-граматичними засобами вираження евіденційних маркерів.

4.2.2 Евіденційність у німецьких медіатекстах. У німецькому газетному інформаційному дискурсі можна виділити такі засоби вираження евіденційності:

1. Модальні дієслова

sollen + **Infinitiv II / I** (інфінітив перший вказує на одночасність дії, другий – на передування дії). Згідно з В. Абрахамом [271, с. 257–259], конструкцію можна умовно представити таким чином:

(а) *мовець* ≠ *суб'єкт*,

(б) *джерело* = *третя особа*,

(в) *мовець дистанціюється від пропозиції*,

(г) *оцінює її як середнього ступеня вірогідності* (по відношенню до *müssen*).

Ці евіденційні маркери (евіденціали) вживають для відносно нейтральної передачі чужого висловлювання про третю особу, коли граматичний і логічний суб'єкти не збігаються. Синонімічними конструкціями є складнопідрядні додаткові речення, які починаються з *Man behauptet, dass ...*. Такі конструкції переважно використовують у коротких інформаційних текстах, де обмаль місця для більш повного викладу матеріалу. Наприклад:

Berlusconi soll einem britischen Anwalt 455000 Euro für Falschaussagen gezahlt haben. (BZ, 16.02.12)

З погляду епістемічної модальності, автор нейтрально ставиться до цієї події. З погляду евіденційності джерело інформації тут не ідентифіковано.

Цією граматичною конструкцією автор скеровує увагу реципієнта на саму пропозицію висловлювання: *Берлусконі заплатив за неправдиві свідчення британському адвокату*. Ступінь достовірності цієї інформації відступає на другий план, оскільки зазначений факт ще не доведено в суді. Таким чином, ця конструкція передає некатегоричні висловлювання без зазначення джерела і вважається альтернативою для передачі чужих слів.

wollen + Infinitiv II / I. Конструкцію можна умовно представити таким чином:

- (а) джерело (\neq мовець) = суб'єкт,
- (б) мовець дистанціюється від пропозиції,
- (в) оцінює її як низького ступеня вірогідності (по відношенню до *müssen* і *sollen*).

Цей евіденціал використовують для передачі чужих слів, коли граматичний і логічний суб'єкти збігаються. На відміну від *sollen* у цій синтаксичній конструкції простежується додатково семантичний компонент "сумнів автора". Її можна трансформувати в складнопідрядне додаткове речення *Er / sie behauptet, dass ...*. Наприклад:

Augenzeugen wollen gesehen haben, dass aus den Reihen der Demonstranten auf die Polizei geschossen wurde. (DW, 01.07.09)

З погляду епістемічної модальності, адресант повністю дистанціюється від висловлення і передає свідчення очевидців заворушень. З погляду евіденційності, тут є пряма ідентифікація джерела інформації.

Для передачі різного ступеня вірогідності в сучасному німецькому інформаційному дискурсі використовують низку модальних дієслів (*müssen, dürfen, werden, mögen, können*) у поєднанні з інфінітивом I або II. До них ще відносять *möchten, nicht brauchen*, які не характерні для досліджуваного дискурсу (пор. [289]). З погляду евіденційності, у перелічених синтаксичних конструкціях автор виступає безпосереднім джерелом інформації, припущення.

müssen + Infinitiv I / II. Конструкцію можна умовно представити таким чином:

- (а) джерело (=мовець) \neq суб'єкт,
- (б) умовивід мовця,
- (в) дуже високий ступінь вірогідності.

Зазначена епістемічно-евіденційна конструкція експлікує найвищий ступінь упевненості мовця у пропозиції висловлювання. В контексті впевненість автора, як правило, має своє обґрунтування. *müssen* + Infinitiv I / II можна описати конструкцією *es ist ziemlich sicher, dass ...*. Такі висловлювання наближаються до твердження. Наприклад:

Immerhin müssen die Täter zuvor Wege und Adressen einer Reihe von Zielpersonen ausspioniert haben. (BZ, 16.02.12)

У зазначеному прикладі йдеться про терористів, яким вдалося здійснити теракти, тому автор робить висновок, що вони, очевидно, були обізнані з маршрутами пересування жертв та іншою важливою інформацією. Отже, через *müssen* + Infinitiv журналіст як кінцеве джерело проаналізованих ним першоджерел передає читачу впевнене припущення.

dürfte (вживається лише у формі Präteritum Konjunktiv) + **Infinitiv I / II**. Конструкцію можна умовно представити таким чином:

- (а) джерело (=мовець) \neq суб'єкт,
- (б) умовивід мовця,
- (в) високий ступінь вірогідності (відносно до *müssen*).

У контексті можуть зазначати підгрунття припущення [509, с. 207; 331, с. 233]. Ці вирази перефразовують конструкцією: *es ist wahrscheinlich, dass ...*; *es ist vermutlich, dass ...*. Наприклад:

Das Anliegen der Polen dürfte erfüllt werden, weil im Gegenzug aus Warschau in jüngster Zeit EU-freundliche Signale kommen, als man sie lange gewöhnt war. (DW, 7.03.07)

Am Rande der Konferenz wurde auch bekannt, dass Sarkozy einen gemeinsamen Wahlkampfauftritt mit Merkel abgesagt hat. Zu sehr hatte er zuvor im Wahlkampf das deutsche Modell gepriesen. Zu sehr hatte das viele in Frankreich gedemütigt. Dass das deutsche Modell Schröders

Agenda 2010 ähnelt, dürfte auch manchen Sozialdemokraten beunruhigen. (BZ, 19.03.12)

На відміну від *können* і *müssen* модальне дієслово *dürfte* виконує ще й когерентну функцію, оскільки висловлювання з цим дієсловом ґрунтується на раніше викладеному матеріалі в тексті. *dürfte* найчастіше трапляється саме в аргументативних пасажах новинних текстів (пор. [331, с. 232]).

werden (wohl, schon) + Infinitiv I / II. Конструкцію можна умовно представити таким чином:

- (а) джерело (=мовець) \neq суб'єкт,
- (б) умовивід мовця,
- (в) середній ступінь вірогідності (по відношенню до *müssen*).

У досліджуваних медіатекстах такі евіденційно-епістемічні конструкції трапляються поодинокі. Для підсилення епістемічної модальності автора в конструкції використовуються частки *wohl, schon*. Наприклад:

Es gibt Fragen, deren Beantwortung nicht allzu viel Grübeln erfordert. "Möchten Sie im öffentlichen Verkehr gratis fahren?", werden wohl die wenigsten verneinen. (BZ, 26.03.12)

Зазначена конструкція, як зауважують багато дослідників, притаманна більше розмовній комунікації.

mögen + Infinitiv I / II. Конструкцію можна схематично представити таким чином:

- (а) джерело (=мовець) \neq суб'єкт,
- (б) умовивід мовця,
- (в) низький ступінь вірогідності (по відношенню до *müssen*).

У висловлюваннях із зазначеним модальним дієсловом автор робить дуже обережне припущення. Наприклад:

Mag sein, dass damals bereits der Plan entstand, Jamaika nötigenfalls abzuservieren. (BZ, 26.03.12);

Am Samstag im Winterzirkus mag aber niemand von den Differenzen sprechen (BZ, 19.03.12);

*Doch so unbedeutend dies auch **erscheinen mag**, die Auswirkungen sind bereits deutlich zu spüren.* (SZ, 4.10.06).

Зазначена конструкція трапляється переважно в аргументативних пасажах у підрядних допустових реченнях (пор. [331, с. 236; 404]), коли адресант допускає можливість певного факту. По відношенню до *müssen* і *dürfte* модальне дієслово *mögen* виражає меншу впевненість журналіста, але більшу за *können*.

können + Infinitiv I / II. Конструкцію можна представити таким чином:

(а) джерело (=мовець) \neq суб'єкт,

(б) умовивід мовця,

(в) дуже низький ступінь вірогідності (по відношенню до *müssen*).

Вважається, що *können* виражає серед усіх модальних дієслів найменший ступінь упевненості адресанта. Епістемічне значення цього модального дієслова описують конструкцією: *es ist möglich, dass ...; vielleicht ...*.

Наприклад:

*Das **könnte** Teheran noch teuer zu stehen **kommen**.* (BZ, 16.02.12)

У наведеному прикладі автор статті висловлює своє дуже обережне припущення щодо наслідків терактів, до яких може бути причетний Іран. Воно ще додатково посилено використанням претеритом кон'юнктивом (дет. про німецький кон'юнктив див. [123; 95; 151; 350]).

2. Конкурентною конструкцією для модальних дієслів у медіатекстах виступає модальний інфінітив *sein + zu + Infinitiv*. Такі модальні форми трапляються в медійному дискурсі рідко. Наприклад:

*Denn **ist es zu befürchten**, dass er wieder zuschlagen **könnte**.* (taz, 21.03.12)

У цьому висловлюванні автор підсумовує свої міркування щодо перебігу ситуації навколо серійного вбивці у французькому місті Тулуза. При цьому задіяно дві форми вираження модальності: через модальний інфінітив, де до того ж залучено модалізоване дієслово, і претеритну форму кон'юнктиву модального дієслова. Тобто тут бачимо цілий комплекс вираження епістемічності.

3. Неодмінною ознакою медіатекстів є використання дієслів комунікації (*sagen, mitteilen, schreiben*) і так званих модалізованих дієслів (нім. *Modalitätsverben*) у складнопідрядних реченнях, як-от: *behaupten, betonen, versichern* для вираження впевненості, *würdigen* – позитивної оцінки, *bezweifeln, bestreiten, zweifeln* – сумніву, *denken, scheinen, meinen, glauben, finden, drohen* тощо – припущення (пор. [289; 333]). Наприклад:

Deutschland werde durch die von der Bundesregierung beschlossene Energiewende in den kommenden Jahren verstärkt auf Erdgas als umweltfreundlichen Energieträger angewiesen sein, würdigte Eckhard Cordes, Chef des Ostausschusses der deutschen Wirtschaft, das Projekt. (BZ, 8.11.11);

Stanislaw Tillich scheint erwacht. (BZ, 10.02.12);

Dank Telefondaten seien zuletzt unter anderem ein Netz von Heroinschmugglern und ein Pädophilenring in der EU aufgedeckt worden, betont die zuständige EU-Kommissarin Malmström immer wieder. (BZ, 23.03.12).

Використовуючи такі дієслівні лексеми при передачі чужої мови, автор може надавати висловлюванню суб'єктивної оцінки, впливаючи на реципієнта, підкреслюючи певний аспект висловлювання. Адже на відміну від нейтральних *sagen, mitteilen, berichten, verlauten*, вони виконують ще й функцію персуазивності при рецепції читачем пропозиції висловлювання.

4. У німецьких медіатекстах часто вдаються до використання модальних прислівників, які маркують джерело інформації – автора статті – і виражають ставлення автора до пропозиції висловлювання:

- Для вираження впевненості висловлювання адресант може використовувати такі модальні прислівники, як *allerdings, bestimmt, durchaus, fraglos, freilich, gewiß, natürlich, selbstverständlich, sicher(lich), tatsächlich, unbedingt, unbestreitbar, unstreitig, unzweifelhaft, wahrhaftig, wahrscheinlich, zweifellos* тощо. Наприклад:

Das von Westerwelle geforderte Ende der Gewalt ist freilich nicht in Sicht

– wobei **sicher** auch die bewaffnete Opposition dazu beitragen müsste.

(BZ, 17.02.12)

У наведеному прикладі авторська впевненість підсилена подвійно через *freilich* і *sicher*, при цьому автор виокремлює дефісом вставлену конструкцію у вигляді підрядного речення, в якому висловлене припущення наближається до твердження завдяки модальному дієслову *müssen*.

• Для вираження припущення автор може використати такі модальні прислівники, як *angeblich*, *anscheinend*, *eventuell*, *kaum*, *möglicherweise*, *mutmaßlich*, *offenbar*, *offensichtlich*, *scheinbar*, *vermutlich*, *vielleicht*, *voraussichtlich*, *vorgeblich*, *wohl* тощо. Наприклад:

Vielleicht findet er bei seinem Besuch in Islamabad die Antwort, wo Pakistan wirklich steht. (BZ, 17.02.12);

Schlechter konnte der Auftakt zum Regionalgipfel Pakistans mit dem Iran und Afghanistan **kaum** geraten <...>. (BZ, 17.02.12);

Merah hatte **offenbar** geplant, mit der Waffe in der Hand zu sterben. (BZ, 23.03.12).

5. Неодмінним атрибутом сучасних німецьких медіатекстів, де особливо виявляється евіденційність, є кватативний кон'юнктив. Журналісти маркують ним чужі висловлювання, не вдаючися до пунктуаційних знаків, насамперед, лапок. Це можуть бути як презентні, так претеритні форми кон'юнктива. Презентні форми (*Präsens*, *Perfekt* і *Futur I Konjunktiv*) використовують для вираження більшого ступеня довіри до чужої мови, а претеритні (*Präteritum* і *Plusquamperfekt Konjunktiv*, *Konditionalis II*) – при меншому ступені впевненості, хоча цей погляд поділяють не всі дослідники (пор. [350]). У такий спосіб автор виражає окрім адресної референції і свою власну оцінку пропозиції, тобто тут простежується вже певна епістемічність. Наприклад:

Da entschloss sich die Kanzlerin zu einem riskanten Manöver: Sie kündigte einen möglichen Gipfelbeschluss ohne Mitwirkung der Polen an. Das Land **wäre** gegenüber den übrigen 26 EU-Staaten **isoliert** gewesen.

Das steigerte die Kompromissbereitschaft der polnischen Delegation. (BZ, 25.06.07)

Аналіз інформаційних текстів показав, що презенті форми домінують над претеритними у пропорції 4 : 1, тобто журналісти намагаються частіше використовувати нейтральні презентні форми. Разом з тим варто зазначити, що використання претеритних форм іноді зумовлено збігом форм індикатива і презенса кон'юнктива, тому для очевидності вживають претеритні форми. Евіденційні маркери в таких реченнях часом виражені не експліцитно, а виводяться з контексту, тобто логічний суб'єкт в синтаксичній конструкції не є обов'язковим. Наприклад:

*Die Stettiner Hafengesellschaft hat im Frühjahr beim Hamburger Verwaltungsgericht Klage gegen die Trasse eingereicht. Sie **liege** zu flach und **behindere** so die Zufahrt nach Swinemünde für Schiffe mit großem Tiefgang, lautet die Begründung. (BZ, 8.11.11);*

*Wieczorek-Zeul sagte, vor allem **müsse** in den Ausbau des Gesundheitswesens **investiert werden**, damit Frauen Möglichkeiten erhielten, Familienplanung zu betreiben. (BZ, 28.06.07);*

*Grund **seien** russische Vorbehalte gegen den engen Verbündeten von US-Präsident George W. Bush, verlautete aus Diplomatenskreisen. (BZ, 27.06.07)*

Квотативним кон'юнктивом адресант дистанціюється від висловлювання, чим вказує на те, що немає підстав як стверджувати, так і спростовувати певну інформацію. Для реципієнта це очевидний сигнал чужого висловлювання.

З синтаксичного погляду тут трапляються два варіанти складного речення. У першому випадку джерело інформації – в головному реченні, після якого йде безсполучникове підрядне речення із залученням квотативного кон'юнктива. У другому випадку пропозиція виведена на початок складного речення, а джерело інформації наводиться в наступному, головному, реченні із використанням *verba dicendi*. Іноді журналісти залучають прислівник *so*, що

дозволяє уникати вживання частотних дієслів мовлення (*sagen, mitteilen* тощо).

Наприклад,

Blair habe im Irak-Krieg eng mit der US-Regierung zusammengearbeitet, und darüber sei die Meinung in der muslimischen Welt einhellig, so Klose im Deutschlandradio. (BZ, 27.06.07)

Основна увага в наведеному прикладі сфокусована на першій частині, де наводиться рема повідомлення, оформлена двома пропозиціями із залученням *Präsens Konjunktiv*. У другій частині (тема) зазначається джерело повідомлення з локальним уточненням.

6. Більш економним способом вираження евіденційності в медіатекстах можна вважати прийменникові групи з *laut, zufolge, nach, gemäß*. Завдяки таким синтаксичним конструкціям журналіст наголошує саме пропозицію повідомлення, а джерело повідомлення відходить на другий план. Окрім того, прийменникові конструкції можна розглядати як економні, стислі евіденційні маркери. З іншого боку, вони сприяють високій номіналізації медіамови.

Наприклад:

*In dem Entwurf, der am 26. Februar zur Abstimmung kommen soll, wurde **laut** einem Bericht der amtlichen Nachrichtenagentur Sana ein Passus gestrichen, in dem die regierende Baath-Partei bislang als "Führer der Nation und Gesellschaft" bezeichnet wurde. (BZ, 16.02.12);*

***Nach Ansicht von Bourgon** habe man es mit einer Art Serienmörder zu, die in den USA "serial spinner" genannt würden. (taz, 23.03.12);*

***Nach Angaben** des TV-Senders BFM wurden mehr als 300 Patronen verschossen. (BZ, 23.03.12).*

При використанні таких евіденційних прийменникових словосполучень адресант знімає з себе відповідальність за викладене, оскільки він експліцитно називає безпосереднє джерело інформації. Зазначені конструкції можна розглядати як синонімічні до речень з сполучником *wie*.

7. Постійним атрибутом інформаційних медіатекстів є підрядні речення з сполучником *wie*. Ці синтаксичні конструкції виконують в них переважно

евіденційну функцію, зазначаючи джерело інформації. Тим самим автор намагається бути об'єктивним при висвітленні події – триматися осторонь. Такі евіденційні маркери розташовують переважно в пре- та постпозиції складного речення. Наприклад:

*Wie die Regierung **mitteilte**, soll die 41-jährige Maribel Cervantes Guerrero die Strategie der Regierung zur Bekämpfung des organisierten Verbrechens umsetzen.* (BZ, 13.02.12);

*Zugleich waren Schüsse zu hören, **wie** ein Korrespondent der Nachrichtenagentur AFP **berichtete**.* (BZ, 07.07.07).

8. У сучасних німецьких медіатекстах часто вдаються до використання прямої мови, цитації, тобто коли є і вказівка на джерело, і дослівне повідомлення, яке спеціально маркується відповідними пунктуаційними знаками. Наприклад:

"Diese Verbrechen sind nicht die eines Verrückten. Es sind die eines Fanatiklers und Monsters", sagte Sarkozy laut französischer Nachrichtenagentur AFP. (BZ, 23.03.12)

Таку форму евіденційності автор застосовує для того, щоб уникнути непорозумінь і перекручень слів третьої особи, а також для досягнення ефекту присутності. У наведеному прикладі слова Саркозі наводяться прямою мовою із зазначенням інформаційного агентства, яке поширило ці слова політика.

4.2.3 Евіденційність в українських медіатекстах. Хоча мовознавчі-типологи і пов'язують евіденційність з екзотичними, мало дослідженими мовними системами, в яких домінує, як правило, аглютинативна будова мови, де окремі морфеми виступають евіденційними маркерами, цю категорію варто досліджувати й на матеріалі флективних й аналітичних мов. Евіденційність для флективних мов, якими є українська і меншою мірою німецька, виявляється не так очевидно на морфологічному рівні, що компенсується лексичними й синтаксичними засобами.

В українських медіажанрах діапазон засобів вираження евіденційності дещо вузчий, ніж у німецьких. Це зумовлено, насамперед, системними особливостями будови української мови, де ця категорія не так граматикалізована, як у німецькій мові. В українській мові немає прямих відповідників для кватативного кон'юнктиву й епістемічних варіантів модальних дієслів. Інші ж способи епістеміки й евіденційності мають свої прямі відповідники, як-от: модальні слова, прийменникові конструкції тощо.

Евіденційні й епістемічні маркери в українських новинних текстах пов'язані, насамперед, з графічно виокремленими метатекстовими елементами на інфраструктурному рівні у формі вставних адресно-маркованих компонентів (пор. [64; 45; 184]).

До маркерів евіденційності в сучасних українських медіатекстах належать:

1. Вставні елементи, які вводять у комунікативний процес для вираження ставлення мовця до пропозиції повідомлення з погляду його вірогідності, або для зазначення джерела. Такі елементи виокремлюють на письмі комами, вказуючи цим на їх супровідну комунікативну роль. В україністиці зазначені лексичні маркери розглядають як вставні слова або словосполучення (дет. див. [64, с. 16]). Найчастіше такими одиницями виступають:

- Евіденційні маркери, виражені прийменниковими конструкціями *на думку ...*, *за словами ...*, *за даними ...*, *згідно з ...* тощо. Вони ідентифікують джерело інформації (в німецькій мові є повні еквіваленти). За допомогою адресної референції автори медійних текстів прагнуть, по-перше, підкреслити достовірність повідомлення (об'єктивація повідомлення) і, по-друге, уникнути відповідальності за надану інформацію. Це проявляється в тому, що адресанти акцентують увагу не на "ми бачили, чули, знаємо", а на більш нейтральному "за даними достовірних джерел", "за словами експертів" тощо. Наприклад:

До переліку, за словами співрозмовника агентства, додатково потрапить понад 20 громадян республіки. (День, 29.02.12);

За його словами, "Північний потік" є "пам'яткою епохи двосторонніх відносин" Росії та Німеччини. (День, 9.11.11);

Згідно з планом президента, більша частина цих 20 тисяч солдатів буде направлена на забезпечення безпеки в межах Багдада. (День, 11.01.07).

Адресант прагне до нейтрально-об'єктивного викладу матеріалу, що призводить до дистанціювання від самої інформації. Автор виступає при цьому посередником або інтепретатором новин. Такі вставні одиниці використовують як евіденційні маркери для підвищення ступеня вірогідності висловлювання. Вони мають перевагу перед іншими конструкціями завдяки своїй стислості.

- Евіденційні маркери у вигляді підрядних речень зі сполучником *як* (*як повідомили ... , як свідчать ...* тощо). Тут задіяні у ролі присудка дієслова говоріння і мислення: *повідомляти, наголошувати, відзначати, заявляти, запевняти, свідчити* тощо, або предикативний прислівник *відомо*. Наприклад:

***Як повідомлялося** раніше, прем'єр-міністр РФ Володимир Путін, перебуваючи на газокомпресорній станції в районі міста Выборг, заявив, що із запуском "Північного потоку" Україна втрачає ексклюзивне становище країни-транзитера російського газу в Європу. (День, 9.11.11);*

***Як відомо**, споруджувати "Північний потік" росіяни почали ще в 2005 році — після першого українсько-російського газового протистояння. (День, 9.11.11);*

*Одночасно з церемонією передачі влади, **як повідомляє** агентство Асошіейтед Пресс, тисячі єменців, невдоволених положенням плану Ради співпраці арабських держав Перської затоки (РСАДПЗ), що звільняє від кримінального переслідування колишнього главу держави, влаштували демонстрацію навпроти будинку нового президента, вимагаючи притягнути колишнього лідера країни до суду. (День, 28.02.12);*

*Не взяла вона також із собою його заступника Зільбергберга, ані німецького посла в Москві Шмідта, який, **як кажуть**, також належить до "русофільської" групи Штайнмаєра. (День, 23.01.07).*

Слід зазначити, що в сучасних медіатекстах спостерігається тенденція до уникнення сполучника *як*, наприклад:

Екс-президент Ємену Алі Абдалла Салех учора формально передав повноваження новому главі держави Абдо Раббо Мансуру Хаді, повідомляє агентство Франс Пресс. (День, 28.02.12)

Як правило, при такому варіанті евіденційний маркер розташовують у постпозиції, висуваючи в сильну позицію сам факт повідомлення. Це нагадує пряму мову без відповідної пунктуації.

Досить часто в медіажанрах використовують підрядні додаткові речення, де в препозиції перебуває саме джерело, а факт як рема – у постпозиції. Тоді обов'язково залучають сполучник *що*, наприклад:

Представники президентської адміністрації повідомляють, що Буш виступить за передачу іракській владі відповідальності за підтримку безпеки у всіх провінціях Іраку до листопада, однак це не означатиме встановлення терміну виведення військ США. (День, 11.01.07)

У сучасних німецьких інформаційних медіатекстах сполучник *що / dass* уникають завдяки використанню кватативного кон'юнктива.

2. Головним носієм евіденційно-епістемічної маркованості в сучасних українських медіажанрах є модальні слова, які супроводжують основний інформаційний потік. На відміну від німецької мови, українські модальні слова виділяють на письмі пунктуаційно. Вони зазвичай мають відповідники в німецькій мові. Серед модальних слів можна виділити такі підгрупи за спадом впевненості при оцінці пропозиції:

- Модальні слова для вираження достовірності, впевненості. Коли автор, як джерело, схильний вважати інформацію переконливою, використовують такі модальні слова і словосполучення, як *без сумніву, безумовно, звичайно, звісно, певна річ, поза сумнівом, щоправда, воістину, очевидно, вочевидь, скоріше за все* тощо. Наприклад:

Певна річ, безліч деталей нової стратегії стала відома ЗМІ до вчорашнього виступу голови Білого дому. (День, 11.01.07);

Примітно, що перед представленням нової стратегії Буш вдався до ряду кадрових призначень, які, **очевидно**, безпосередньо пов'язані з реалізацією цієї стратегії. (День, 11.01.07);

Якби навіть такий закон і був би прийнятий в Единбурзі, він, **безсумнівно**, був би з більшими обмеженнями, ніж англійський. (День, 18.01.07);

Звичайно, футбольні змагання і ЕХРО 2012 не планують проводити одночасно. (День, 23.01.07);

Казахстан зможе вирішити аналогічну задачу, **швидше за все**, навіть достроково. (День, 27.01.07).

- Модальні слова для вираження невпевненості. Коли автор лише робить припущення, використовують такі модальні маркери, як *можливо*, *видається*, *здається*, *здавалось*, *як видно*, *мабуть*, *може*, *напевне*, *схоже*, *ймовірно*, *найімовірніше*. Наприклад:

Можливо, цей аргумент подівав на Польщу, яка погодилася піти на поступки в новій угоді. (День, 26.06.07);

Проте, *схоже*, у новоспечених лівійських керманічів є солідна міжнародна підтримка. (Голос України, 28.03.12);

І, здавалось, що ці гілки влади мають знайти порозуміння і діяти як єдина команда, щоб якомога швидше досягти мети. (День, 16.06.07)

Очільники МЗС країн Євросоюзу вважають, що Сербія виконала всі умови для вступу до організації, тому вона, **найімовірніше**, отримає статус кандидата. (День, 29.02.12);

Видається, що як і у попередньому випадку, джерелом занепокоєння є побоювання можливої політизації рішень Європейського Суду. (День, 11.01.07).

- Для вираження сумніву використовують такі евіденційно-епістемічні маркери, як *нібито*, *мовляв*, *сумнівно*. Ними автор дистанціюється від змісту висловлювання і піддає його сумніву. Наприклад:

*Нагадаємо: наших співвітчизників затримали 5 вересня 2011 року, звинувативши у співпраці з військовими колишнього лівійського лідера Муамара Каддафі. **Нібито** вони допомагали ремонтувати зброю для підопічних диктатора. Натомість українці твердять, що працювати поїхали в одну з нафтових компаній. (ГУ, 28.03.12);*

*Досить дивним виглядає тезис Фіалка про те, що ЄС не зацікавлений у приєднанні України до євроспільноти, бо це, **мовляв**, може дозволити південно-східним країнам на чолі з Польщею приймати рішення, які не відповідають інтересам країн-засновниць. (День, 16.07.07);*

***Сумнівно**, щоб офіційна Москва позитивно поставилася до розширення ролі Комітету Міністрів Ради Європи у питаннях нагляду за виконанням рішення Суду. (День, 11.01.07).*

• Для емоційної оцінки пропозиції автори медіатекстів вдаються до використання таких маркерів, як *на щастя, на диво, на жаль, то ж не дивно, прикро, найприкріше* тощо. Наприклад:

*Але такі заяви, **на жаль**, є поодинокими й губляться серед закликів "не припустити втручання Європейського Суду у справи Росії, особливо, якщо це стосується геополітичного масштабу, наприклад, подібно справі ЮКОС". (День, 11.01.07);*

***Тож не дивно**, що на недавніх виборах до місцевих рад Дуткевіч посів друге місце в Польщі, отримавши 84,5 відсотка голосів. (День, 18.01.07);*

*Він підготував зовсім промосковську доктрину "нової східної політики" Німеччини, яку, **на щастя**, Меркель затримала. (День, 23.01.07);*

***Найприкріше те**, що за півроку, що наші співвітчизники перебувають у полоні, проти них не висунуто жодних офіційних звинувачень. (ГУ, 28.03.2012).*

Подібна авторська модальність часом оформлена як ціле вставне речення.

Наприклад:

1, що особливо тривожно, дуже відрізняються погляди гілок влади: президентської і прем'єрської, щодо того, як далі рухатися в ЄС, які першочергові кроки робити для досягнення мети, яка, за загальним переконанням, об'єднує всіх. (День, 22.07.07)

3. Цікавим явищем в українських медіатекстах є застосування так званих фатичних маркерів, які слугують налагодженню контакту з реципієнтом, як-от: *знаєте, нагадаємо* тощо. Наприклад:

Нагадаємо, 22 лютого Рада, перебуваючи з офіційним візитом у США, вирішив піти у відставку з посади голови МЗС. (День, 28.02.12)

З їх допомогою автор намагається надати тексту діалогічності, чим урізноманітнює виклад фактичного матеріалу, який б вводився звично евіденційним маркером *як відомо*.

4. Неодмінною ознакою медіатекстів є використання інференційних маркерів для логічного поєднання окремих пропозицій у тексті. Цю групу можна розглядати як маркери когерентності тексту, оскільки вони виділяють головне, вказують на порядок висловлювань, їхній зв'язок тощо. Найчастіше тут трапляються модальні слова відприкметникового, відзайменникового та відчислівникового походження, як-от: *власне, втім, до речі, значить, зокрема, зрештою, словом, отже, по-перше, приміром, таким чином, в усякому разі* тощо. Наприклад:

Утім, незважаючи на заяви російської сторони про успішний обхід транзитних держав, опитані "Днем" експерти не схильні вважати, що Україні варто побоюватися "Північного потоку" в найближчій перспективі. (День, 9.11.11);

Остання, до речі, досить обережно відреагувала на запуск газопроводу "Північний потік". (День, 9.11.11);

По-перше, на цей саміт прибули всі лідери 12 країн-учасниць цієї організації, включаючи президентів України і Росії Віктора Ющенка та Володимира Путіна. По-друге, саміт фактично стає

майданчиком для змагання різноманітних ініціатив із підвищення ефективності діяльності ОЧЕС. Зокрема, за лідерство в цій організації разом із Туреччиною змагаються Україна та Росія. І до слова, з 1 листопада цього року Україна почне головування в цій Організації, взявши естафету в Туреччини, яка головує з 1 квітня. (День, 27.06.07);

Таким чином, Білорусь була останньою країною, з якою російська сторона будувала відносини не на ринкових засадах, а на засадах якихось особливих преференцій. (День, 18.01.07).

Для українських інформаційних медіатекстів характерне поєднання декількох метакомунікативних маркерів, як-от:

У принципі, таке цілком можливо, тим паче, що радянські спецслужби таку інформацію своїм клієнтам із числа так званих прогресивних режимів передавали неодноразово. (День, 21.02.12)

Цей уривок містить три евіденційно-епістемічні маркери і нагадує діалогічне мовлення.

5. В українському інформаційному медіатексті іноді використовують подвійні евіденційні маркери. Спочатку автор дистанціюється від повідомлення, а потім у самому повідомленні журналіст ще вказує на джерело інформації. Наприклад:

*Міністри закордонних справ країн-учасниць Євросоюзу днями домовилися про надання Сербії статусу кандидата на вступ до організації. **Про це повідомляє АРР із посиланням на голову МЗС Франції Алена Жюппе.** (День, 29.02.12)*

Слід зазначити, що як подвійну евіденційність можна розглядати використання лапок для окремих словосполучень у самому повідомленні. Наприклад:

Він назвав російську пропозицію "цікавою" та зазначив, що це питання "повинні вивчити військові експерти" і що "всі пропозиції, які є на столі", слід обговорити "в прозорій і відкритій формі". (День, 9.06.07)

Така форма відповідає змішаному типу цитуванню, де поєднують непряму мову й елементи прямої мови. Лапки виконують певним чином функцію оцінки, коли натякають на певну нереальність чогось. Тут простежується вже суб'єктивна епістемічна модальність автора тексту, який висловлює свої відношення до пропозиції повідомлення.

6. Подібно до німецьких медіатекстів, в українських часто трапляються модалізовані дієслова, де окрім компонента говоріння міститься також оцінна сема. Через підбір такої дієслівної лексики автор додає певної епістемічної модальності повідомленню. Наприклад:

*Однак у п'ятницю увечері головуєча в ЄС Німеччина **пригрозила**, що за необхідності ініціює процес розробки іншого проекту угоди, в якому думка Польщі не буде врахована. (День, 26.06.07)*

Цікаво відмітити, що у відповідному німецькому тексті з цією ж темою повідомлення адресант використав замість модалізованої лексеми "пригрозити" більш нейтральне і немодалізоване "заявляти".

У сучасних інформаційних медіатекстах обох лінгвокультур поширена практика використання прямої мови, тобто коли є і вказівка на джерело, і дослівне повідомлення, які спеціально маркуються відповідними пунктуаційними знаками. Наприклад:

"Ми дуже, дуже задоволені тим, чого нам вдалося досягти", — заявила на прес-конференції канцлер Німеччини Ангела Меркель, додавши при цьому, що всім сторонам довелося піти на поступки для досягнення компромісу (День, 26.06.07);

"Wer einen Europawahlkampf so gut meistert wie Martin Schulz, ist auch prädestiniert für die führende Rolle in einem Bundestagswahlkampf", sagte Schäfer dem "Spiegel" (DT, 4.04.15).

Таку форму евіденційності адресант застосовує для того, щоб уникнути непорозумінь і перекручень слів третьої особи, а також для досягнення ефекту присутності. Авторська модальність може проявлятися подекуди в присудку головного речення, коли замість *verba dicendi* використовують модалізовані дієслова.

Спробуємо зіставити використання евіденційності в обох мовах.

4.2.4 Вживання евіденційних маркерів у німецьких і українських медіатекстах. Як показав зіставний аналіз, в обох медіапрактиках переважно використовують маркери репортативної й інференційної евіденційності.

Репортативна евіденційність експлікується такими маркерами:

1) дієслова комунікативної діяльності (*berichten, mitteilen, sagen, schreiben* / *повідомляти, казати, писати* тощо) і так звані модалізовані дієслова (*behaupten, versichern* / *стверджувати, запевняти* для вираження впевненості, *würdigen* / *відзначити* – для позитивної оцінки, *bezweifeln* / *сумніватися* тощо – для сумніву, *denken, meinen, glauben* / *вважати, думати* тощо – для припущення) в головній частині складнопідрядних речень;

2) пряма мова та цитування;

3) іменники, прийменниково-іменникові конструкції, які маркують джерело інформації (*die Rede, laut Schätzungen, X zufolge, nach Worten von X, за словами X, повідомлення* тощо);

4) модальні слова (*angeblich, vorgeblich*);

5) вставні конструкції з *wie/як, es heißt*, прислівником *so*;

6) конструкції з модальними дієсловами *sollen / wollen* і *Inf. I / II*,

7) кон'юнктив I при передачі чужої мови, який може виступати автосемантично в окремому реченні або як додатковий евіденційний маркер у складнопідрядних реченнях з дієсловами комунікативної і ментальної діяльності в головній частині.

Інференційна евіденційність, що перетинається з епістемічною модальністю, в обох мовах має такі маркери:

1) модальні слова з різним ступенем вірогідності: для вираження впевненості – *allerdings, freilich, gewiß, natürlich, без сумніву, безумовно, звичайно* тощо; для вираження меншої впевненості, сумніву – *anscheinend, eventuell, kaum, möglicherweise, можливо, видається, мабуть, нібито, мовляв* тощо; в українських медіажанрах трапляються також маркери з емоційної оцінкою, наприклад, *на щастя, на диво, на жаль, то ж не дивно, прикро, найприкрише* тощо; вставні слова, які виділяють головне, вказують на порядок висловлювань тощо, як-от: *власне, до речі, значить, зокрема, словом, отже, по-перше, приміром, таким чином* тощо;

2) синтаксичні конструкції *scheinen / drohen / versprechen + zu + Infinitiv*;

3) форма *werden + Infinitiv* для вираження проблемної достовірності припущення.

Кількісні підрахунки частоти евіденційних маркерів у досліджуваних медіатекстах виявили значне переважання репортативних маркерів у інформаційних медіажанрах обох мов. Так, у німецькій мові в замітці цей показник склав 97 % від усіх евіденціалів, в інформаційній статті – 88 %, у кореспонденції – 84 %. Подібні показники отримано й в українській мові: 99 % у замітці, 94 % в інформаційній статті та 89 % у кореспонденції. В той же час для (німецького) аналітичного жанру характерне домінування інференційних маркерів (70 %), що, припускаємо, притаманно й для можливого українського відповідника (див. рис. 4.3).

В обох медіапратиках, як видно з рисунка 4.3, для інформаційних медіатекстів, які перебувають у інтержанрових фрактальних відношеннях, характерна така тенденція: зі збільшенням обсягу тексту зростає частка інференційних евіденціалів і зменшується частка репортативних евіденціалів.

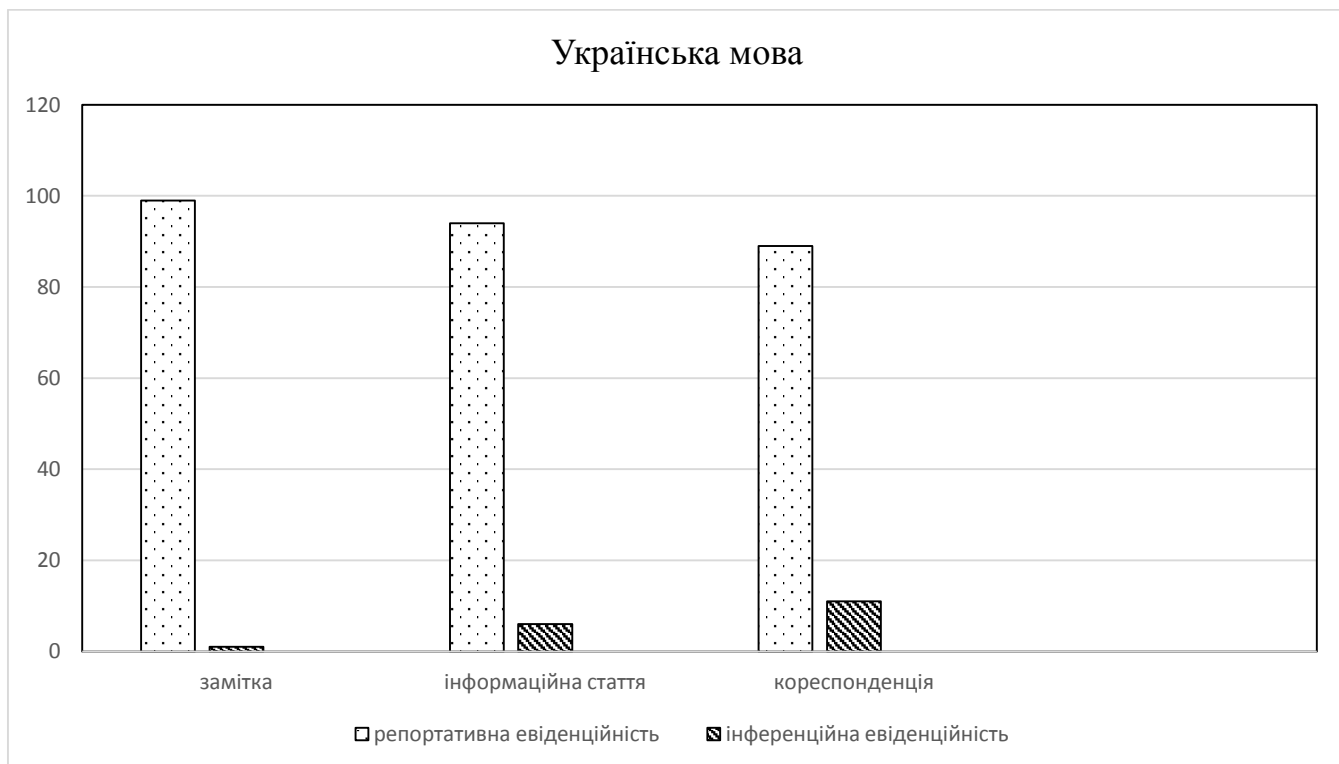
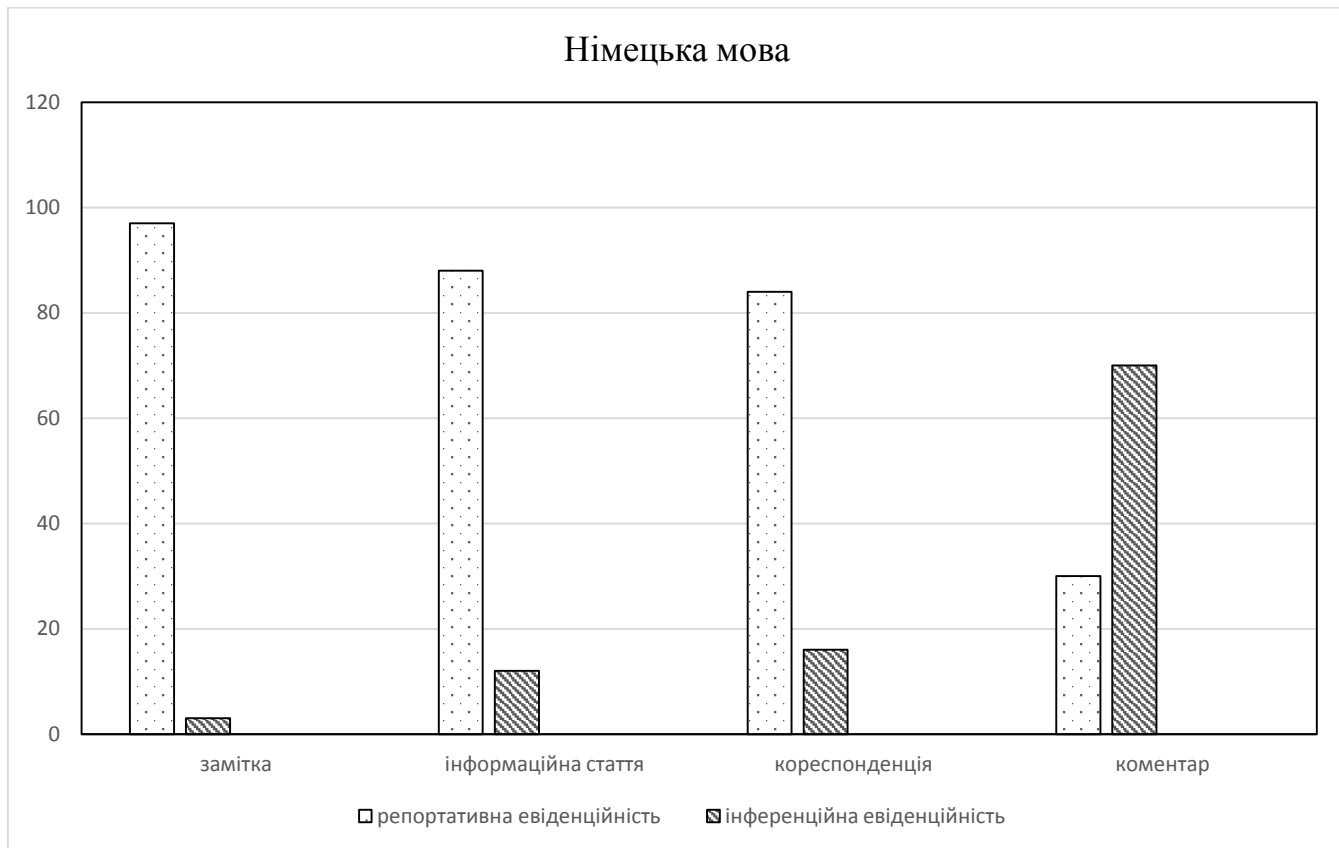


Рис. 4.3 Евіденційність у німецьких і українських медіажанрах

4.3 Темпоральність німецьких і українських медіатекстів

4.3.1 Попередні зауваги. Однією із центральних текстотвірних категорій є темпоральність, яку зазвичай розуміють як сукупність експліцитних і імпліцитних способів вираження часу. Зазначену категорію розглядають в своїх працях такі науковці, як О.В. Бондарко [241, с. 5–58], В.М. Барчук [10], О.І. Бондар [26], І.Р. Гальперін [39], Г.О. Золотова [70], І.О. Талаш [238], З.Я. Тураєва [245], Г. Хельбіг [404], М. Геніг [407], М. Маршал [483], О.І. Москальська [174], Г. Ціфонун [594, с. 315–330] та багато інших.

Попри численні розвідки темпоральності у функціональній граматиці та стилістиці висвітлення цієї категорії не видається повним з огляду на жанрове різноманіття текстів. Найбільша увага прикута, насамперед, встановленню особливостей функціонування мовних одиниць на позначення часу в текстах художнього дискурсу (О.В. Бондарко, З.Я. Тураєва, І.Р. Гальперін тощо). Темпоральна структура текстів інших комунікативних царин, зокрема медійного дискурсу з контрастивної перспективи є ще недостатньо дослідженою і тому є вельми актуальною. Окремі загальні риси темпоральної організації українських і німецьких медіатекстів висвітлено в працях О.І. Бондаря, М. Маршал, І.О. Талаш та М. Геніг.

У німецькій й українській мовах темпоральність виражають, насамперед, граматичною категорією часу. Якщо в сучасній українській мові розрізняють три часові форми, які відповідають трьом абсолютним часам – минулому, теперішньому і майбутньому, то в сучасній німецькій мові вони можуть виражатися шістьма часовими формами дійсного способу (*Präsens, Präteritum, Perfekt, Plusquamperfekt, Futur I, Futur II*) і вісьмома умовного способу (дет. див. [26; 95; 151; 350; 610]).

Розглянемо вираження темпоральності в інформаційних (замітка, інформаційна стаття), інформаційно-аналітичному (інтерв'ю) та аналітичному (коментар) медіатекстах з врахуванням фрактального підходу.

4.3.2 Вираження темпоральності в замітці. Як показав проведений аналіз α -фрактала цього жанру, у неномінативних заголовках німецьких заміток використовують зазвичай часову форму *Präsens*, подекуди – *Perfekt*. У такий спосіб передана новина сприймається актуальною, наближеною у часі до читача, наприклад:

*Luftwaffe **misstraut** ihrem Transporthubschrauber* (BZ, 12.03.15);

*Presse **feiert** Beginn neuer Ära nach Ashton-Besuch* (DT, 11.03.14).

Перфектна форма трапляється переважно в еліптичному вигляді, коли опускають допоміжне дієслово цієї аналітичної граматичної форми. Наприклад, у заголовку *Massengrab aus Sowjetzeit nahe Kabul entdeckt* (BZ, 07.07.07) відсутня повна форма перфекта пасиву дійсного способу. Для реципієнта передається інформаційне ядро, а вже повну граматичну форму він отримує з інтродуктивного речення самого тексту повідомлення. Так, замітка з вище наведеним заголовком має таке ввідне речення:

*Ein Massengrab aus der sowjetischen Besatzungszeit mit vermutlich hundert Leichen **ist in Afghanistan entdeckt worden**.* (BZ, 07.07.07)

Заголовки українських заміток виражені в майже однаковій пропорції дієслівними формами теперішнього та минулого часів. Завдяки доконаному виду дієслівні форми минулого часу набувають ознаки перфекту і цілком корелюють з німецькими заголовками. Наприклад:

*ООН **просить** грошей для іракських біженців* (День, 10.01.07);

*Парламент Японії **затвердив** нового прем'єра* (День, 17.09.09).

В ω -фракталі заміток спробуємо провести дослідження у такий спосіб, щоб могли зіставити отримані результати з розвідкою М. Маршала [483], який проаналізував часові форми дієслова в початкових реченнях німецькомовних інформаційних повідомлень на досить великій кількості матеріалу (600 текстів).

Аналіз увідного речення німецької замітки виявив, що у сучасній медіапрактиці трапляються окрім форм *Perfekt* (67 %) і *Präsens* (30 %), також

граматична форма *Futur I* (3 %). Про останню форму М. Маршал зовсім не згадує. Наприклад:

*Der UN-Sicherheitsrat **hat** eine libysche Bitte um Waffen für den Kampf gegen die Dschihadistenmilitz Islamischer Staat (IS) **zurückgewiesen**.* (BZ, 11.03.15);

*Die Bundeswehr **hat** abermals Probleme mit ihrer Ausrüstung.* (BZ, 12.03.15);

*Die Bundeswehr **wird** sich mit Stabpersonal an der UN-Friedensmission im westafrikanischen Liberia **beteiligen**.* (BZ, 30.04.15).

Поява майбутньої форми в інродуктивному реченні замітки, очевидно, пояснюється непомітними діахронічними змінами, що відбуваються в медіапрактиці. Адже М. Маршал проводив своє дослідження на матеріалі медійних видань 1988 року. Це може вказувати на те, що сучасні журналісти починають повідомляти не лише про те, що сталося, а й про те, що відбудеться. Цьому сприяють новітні комунікаційні мережі, через які журналіст може отримувати більше інформації, в тому числі і про заплановані майбутні події.

У ввідному реченні української замітки теж прослідковується зазначений розподіл граматичних форм дієслів, що й в німецькій замітці. Це дозволяє припустити, що згаданий темпоральний розподіл у інродуктивному реченні характерний загалом сучасній щоденній зовнішньополітичній медіапрактиці. Наприклад:

*Прем'єр-міністр Румунії Віктор Понта **отримав** формальне звинувачення в корупції і **постане** перед судом.* (День, 18/19.09.15);

*До кінця року Єврокомісія **планує** представити пропозиції зі створення системи прикордонної охорони.* (День, 18/19.09.15).

У самому тексті замітки, слідом за М. Маршалом, беремо до уваги лише головні речення, пропозиція яких виражена індикативом. Це пояснюється такими міркуваннями: а) підрядне речення узгоджуються з головним і тому може виражати відносний час, а не абсолютний, і б) німецький кон'юнктив

використовують в інформаційних медіатекстах для передачі непрямой мови, де можна простежити певну модальність (див. підрозділ 4.2).

Враховуючи зазначені вимоги до матеріалу, у тексті німецької замітки виявлені такі показники вживання часових форм дієслова дійсного способу: *Präteritum* і *Präsens* по 35 %, *Perfekt* 23 %, *Plusquamperfekt* 6 % та *Futur I* 1%. Форма *Futur II* не зафіксована, що підтверджує тезу про її поступове відмирання. Отримані дані певним чином підтверджують думку М. Маршала про те, що інтродуктивне речення інформаційного тексту подають формами *Perfekt* або *Präsens*, а в решті тексту для тематичного розвитку використовують переважно *Präteritum*. Наявність у тексті дієслів у *Plusquamperfekt* може свідчити про те, що й у замітці, попри її малий формат, вдаються до екскурсів у минуле, наприклад:

(1) *Der frühere Kreml-Kritiker Michail Chodorkowski will sich in der Schweiz niederlassen.* (2б) *Ein entsprechendes Gesuch habe er bei den Behörden eingereicht,* (2а) *bestätigte seine in Zug ansässige Kommunikationsagentur der Schweizer Nachrichtenagentur sda.* (3) *Der einstige Öl-Unternehmer war im Dezember nach zehn Jahren Lagerhaft freigekommen und zunächst nach Berlin geflogen.* (DT, 11.03.14)

У наведеній замітці ввідне речення виражено теперішнім часом з модальним дієсловом *wollen*. У другому головному реченні (2а) використано *Präteritum* для продовження теми. У безсполучниковому підрядному (2б) вжито *Perfekt Konjunktiv* для передачі чужої інформації, яка передуює у часі дії в головному. У третьому реченні задіяно *Plusquamperfekt*, оскільки його пропозиція є свого роду історичним екскурсом у минуле, довідкою про перебіг подій після звільнення російського олігарха М. Ходорковського від подальшого відбування покарання в колонії. Окрім граматичної форми вираження темпоральності тут задіяні також лексичні темпоральні маркери, наприклад, *einstig, im Dezember nach zehn Jahren Lagerhaft, zunächst*. У разі фрактального розгортання цієї замітки до інформаційної статті чи кореспонденції, останнє речення було б початком окремого тематичного блоку

на тему "історичний екскурс". Таким чином через темпоральність викристалізовується ймовірна структура більших за обсягом інформаційних медіатекстів.

Як видно з наведеного прикладу, окрім індикативних часових форм у німецькій замітці, на відміну від української, при передачі чужої мови часто використовують умовний спосіб (*Konjunktiv*). Завдяки ньому автор може відмежуватися від змісту повідомлення. Загалом у німецькій замітці індикатив і кон'юнктив співвідносяться в пропорції 4 до 1. У виключно підрядних реченнях ця пропорція складає 1 до 1, тобто підрядні речення на половину передають чужу мову кон'юнктивом, а на другу – інші (атрибутивні, каузальні тощо) відношення у тексті.

Серед дієслівних форм умовного способу найчастіше трапляються *Präsens Konjunktiv* (8,7 %) і *Perfekt Konjunktiv* (5,8 %), рідше – *Präteritum Konjunktiv* (2,9 %) і *Futur I Konjunktiv* (1,4 %). Наприклад:

Sie seien bereit, in dem geplanten "Rassenkrieg" Gewalt anzuwenden.
(BZ, 18.11.11);

Die UN-Atombehörde IAEA hat den Iran aufgefordert, unverzüglich zum Vorwurf Stellung zu nehmen, er habe in der Vergangenheit ein geheimes Atomwaffenprogramm betrieben. (BZ,18.11.11);

Eine kleine Minderheit von Rechtsextremen veranstaltete Schießübungen, zudem würden politische Gegner aufgelistet, heißt es in einer am Donnerstag veröffentlichten Erklärung der Behörde. (BZ,18.11.11);

Er werde am 13. Mai ein – nicht verbindliches System – für die Verteilung der Flüchtlinge in der Europäischen Union vorlegen. (BZ, 30.04.15).

Якщо взяти до уваги часову референцію згаданих форм, де для минулого використовують *Perfekt Konjunktiv*, для теперішнього – *Präsens Konjunktiv* і *Präteritum Konjunktiv*, а для майбутнього – *Futur I Konjunktiv*, то формами умовного способу переважно передають теперішні дії.

Для заміток про подію, що відбулася, характерна така типова темпоральна структура за головними реченнями: у першому реченні вживається перфект, у

наступних – претерит. У підрядних реченнях вибір часової форми дієслова зумовлений узгодженням з дією в головному. Наприклад:

(3) *US-Militär bestätigt Folteraussage von Kurnaz*

(ЛМ) *HAMBURG. (1) Ein ehemaliger US-Armeeangehöriger **hat** Misshandlungen im Gefangenenlager Guantanamo auf Kuba **bestätigt**. (2б) Spezielle Teams hätten willkürliche Strafaktionen gegen Gefangene vorgenommen, (2a) **sagte** der einstige US-Militärseelsorger James Yee in der ARD-Sendung "Beckmann", (2в) die heute Abend ausgestrahlt wird. (3) Yee **bestätigte** damit Aussagen des Bremer Guantanamo-Häftlings Murat Kurnaz, (3a) den er von dem Lager her kannte und in der Sendung wiedertraf. (AFP) (BZ, 18.06.07)*

Як видно з наведеного прикладу, у першій пропозиції використано перфект, а у наступних ключових пропозиціях (2а) і (3) – претерит. У підрядному реченні (2б) вжито футуральний презенс, оскільки зазначена подія має ще відбутися, на що експліцитно вказує обставина часу (*heute Abend*).

У замітках про майбутню подію використовують переважно футуральний презенс у більшості головних речень. Часом присудок у першому реченні подають у перфекті, а наступні – у презенсі. Наприклад:

(3) *Israel will 250 Fatah-Kämpfer freilassen*

(ЛМ) *JERUSALEM. (1) Das israelische Kabinett **hat** gestern in Jerusalem die Freilassung von 250 Gefangenen der Fatah **gebilligt**. (2б) Diese "Geste des guten Willens", (2a) so Israels Premier Ehud Olmert, soll das moderate Lager um Palästinenser-Präsident Mahmoud Abbas gegenüber der Hamas stärken. (3) Die Regierung **hofft** zudem, die Freilassung der drei entführten israelischen Soldaten zu befördern. (ig.) (BZ, 09.07.07)*

У пропозиції ввідного речення (1) адресант відсилає читача до події, яка відбулася напередодні. Для цього використана перфектна форма дієслова. Додатково задіяний також темпоральний лексичний маркер *gestern*. У наступному безсполучниковому складнопідрядному реченні при передачі чужої мови у головному реченні опущено дієслово мовлення і конвенційно

використано прислівник *so*. У останньому реченні (3) дієслівний присудок стоїть у презенсі з футуральним значенням.

В основному тексті українських заміток домінує форма минулого часу дійсного способу (71 %). У 18 % вибірки трапляється форма теперішнього часу дійсного способу. У 11 % проаналізованих речень заміток зафіксовано майбутній час дійсного способу. Наприклад:

На конференції була вироблена стратегія боротьби з режимом у Ташкенті й створена постійна комісія, яка буде стежити за подіями в Узбекистані й направляти дії опозиції. (День, 10.01.07);

Про це йдеться в повідомленні Assotiated Press. (День, 18/19.09.15).

Умовний спосіб в українських замітках майже відсутній, оскільки він не такий багатofункціональний, як німецький. Наприклад:

Чавес заявив, що хотів би ввести державне управління компаніями телекомунікаційного та енергетичного секторів. (День, 10.01.07)

Що стосується послідовності часових форм, то в типовій українській замітці про минулу подію в першому реченні вживається форма минулого часу, а в наступних – переважно форми минулого, рідко теперішнього часів. У замітках про актуальну або майбутню подію характерна така структура: у першому реченні трапляються форми теперішнього або минулого часів, у наступних – теперішнього / минулого / майбутнього. Наприклад:

(З) Назарбаєв змінює главу уряду

(Т) (1) Президент Казахстану Нурсултан Назарбаєв **прийняв** заяву прем'єр-міністра Даніала Ахметова про відставку. (2) Відповідно до конституції Казахстану прийняття відставки прем'єр-міністра **означає** припинення повноважень усіх членів уряду. (3) Президент уже **подав** на розгляд парламенту кандидатуру на посаду прем'єр-міністра. (4) А саме — віце-прем'єра Каріма Масімова, (4а) який тривалий час працював у команді глави держави й (4б) відповідав в останньому уряді за економічну політику. (5) Згідно з інформацією казахського ЗМІ, парламентська фракція, очолювана президентом,

партії «Нур Отан», (5а) яка контролює більшість місць у парламенті, **схвалила** кандидатуру, запропоновану Назарбаєвим. (б) **Остаточна президентська кандидатура буде прийнята** на сьогоднішньому спільному засіданні обох палат парламенту. (День, 10.01.07)

У наведеному прикладі замітки в заголовку експліцитно вказується на актуальні політичні події, які відбуваються в Казахстані. Це прослідковується і в самому тексті замітки. У ввідній пропозиції (1) зазначається початок описаної дії, що виражено дієслівною формою минулого часу доконаного виду. У наступних пропозиціях переважно використовується форма минулого часу (речення 3, 4 імпліцитно й 5). Завершує замітку пропозиція, виражена аналітичною формою майбутнього часу (6).

Для наочності складена таблиця 4.5 (див. табл. 4.5), де можна простежити розбіжності і подібності при вираженні темпоральності в німецькій і українській замітках. Часові форми в німецькій вибірці об'єднано за логічним часовим поділом для можливості зіставлення з українською мовою.

Таблиця 4.5

Темпоральність у німецькій і українській замітці

Мова	Минулий час (%)	Теперішній час (%)	Майбутній час (%)
Німецька	64	35	1
Українська	71	18	11

Як видно з таблиці 4.5, у замітках обох медіапрактик значно домінують пропозиції, виражені в минулому часі (64 % і 71 %). Це цілком закономірно для інформаційного тексту, оскільки йдеться про події, які вже відбулися. На другому місці за частотою в обох вибірках є дієслівні форми теперішнього часу. У німецькій замітці цей показник (35 %) вдвічі більший за український (18 %), що, очевидно, зумовлено багатофункціональністю німецького презентса. На останньому місці – форма майбутнього часу, що свідчить про те, що певна частина новин ще відбудеться. При цьому впадає в око значне переважання цієї

форми в українській замітці. Одним з пояснень такої різниці є те, що німецькі замітки створюються на основі даних інформангентств, які інформують про минулі актуальні події. Українські ж замітки можуть часом повідомляти про майбутні події, наприклад, про візит голови держави до іншої країни.

4.3.3 Вираження темпоральності в інформаційній статті. Через збільшення обсягу тексту в цьому жанрі помітна широка палітра використання дієслівних форм граматичної категорії часу.

4.3.3.1 У α -фракталі німецької інформаційної статті прослідковується подібність до α -фрактала замітки в темпоральному аспекті: переважна більшість дієслівних заголовків (94 %) виражено теперішнім часом, наприклад:

(1) *Occupy **belagert** die Wall Street* (BZ, 18.11.11);

(2) *Ex-Manager von Fukushima **stirbt** an Krebs* (DT, 11.08.13).

Останній заголовок наглядно показує прагнення редакції зробити новину наближеною до адресата завдяки використанню теперішньої форми дієслова, оскільки з увідного речення читачеві стає зрозумілим, що колишній директор атомної станції Фукусіма помер у вівторок, а номер газети вийшов у четвер.

У головному заголовкові німецької інформаційної статті поодинокі трапляються еліптичні форми перфекта, як-от:

(3) *Engere Zusammenarbeit bei Wirtschaftspolitik **geplant*** (BZ, 30.04.07).

Раніше наведений заголовок (2) міг би бути оформлений також еліптичною формою перфекта, наприклад: *Ex-Manager von Fukushima gestorben*. Але такий заголовок більше притаманний замітці, а в інформаційній статті редактор, вочевидь, хотів наголосити на причині смерті і прив'язати її до місця роботи дійової особи повідомлення, а не просто передати факт. Назва станції одразу асоціюється в читача з найбільшою аварією після Чорнобиля. Ім'я ж директора цієї станції пересічному німецькому читачеві невідоме, хоча Масао Юшідо як тодішній директор виявив при ліквідації позаштатної ситуації на атомній станції, спричиненої цунамі, мужність, яка дозволила запобігти більш жахливим наслідкам цієї катастрофи.

У підзаголовку німецької інформаційної статті також домінують пропозиції, передані теперішнім часом (81 %). Хоча трапляються й форми претерита та перфекта з елементами еліпса. Наприклад:

*BND-Affäre: Minister **bietet** vertrauliche Aussage **an*** (BZ, 30.04.15);

*Masao Yoshida **wurde** im März 2011 zum Helden* (DT, 11.08.13).

У ω -фракталі німецької інформаційної статті, як і в замітці, у головних реченнях, домінують індикативні дієслівні форми претерита (50 %) і презенса (32 %). Часові форми плюсквамперфекта трапляються у 9 % статистичної вибірки, перфекта – 8 % і футура I – 1 %. При цьому ввідні речення інформаційної статті виражені рівною мірою презенсом і перфектом, хоча тут, на відміну від замітки, можуть вживатися інші часові форми, як-от: плюсквамперфект і претерит.

Для зразка наведемо типову німецьку інформаційну зовнішньополітичну статтю.

(3) *Israel: Olmert sichert sich Rückhalt in seiner Partei*

(ПЗ) *Mehrheit stimmt gegen eine Entlassung*

(1) *Der nach massiver Kritik an der Führung des Libanon-Krieges angeschlagene israelische Regierungschef Ehud Olmert **hat sich** den Rückhalt seiner Kadima-Partei **sichern können**.* (2) *"Der Ministerpräsident genießt eine nie dagewesene Unterstützung", **sagte** Vize-Regierungschef Schimon Peres nach Ende einer Kadima-Fraktionssitzung.*

(3) *Dies **sei** ein großer Tag für die Kadima, (3a) die aus diesem Treffen geeint und gestärkt hervorgehe.*

(4) *Dem iraelischen Militärrundfunk zufolge **stimmten** nur drei der 29 Fraktionsmitglieder für die Entlassung Olmerts.* (5) *Zu ihnen **zählten** demnach auch Außenministerin Zipi Livni, (5a) die Olmert zuvor zum Rücktritt aufgerufen hatte, und der Kadima-Fraktionschef Avigdor Izschaki.* (6) *Izschaki **hatte** aus Protest gegen die Rücktrittsweigerung Olmerts **angekündigt**, selbst zurückzutreten.*

(7) *Die Fraktion **hatte** sich mit den Ergebnissen eines Untersuchungsberichts zum Libanon-Krieg im Jahr 2006 **befasst**.* (8) *Der Bericht **war** Anlass für die Forderung nach einem Rücktritt Olmerts.* (9) *Das am Montag veröffentlichte Papier **wirft** Olmert, Verteidigungsminister Amir Perez sowie der damaligen Militärspitze schwere Fehler bei der Planung und Führung des Krieges **vor**.* (AFP) (BZ, 03.05.07)

Як видно з прикладу, домінувальною часовою дієслівною формою, яку зазвичай використовують при збереженні теми, є претерит. Початкова пропозиція виражена традиційно перфектом (1). При зміні теми з екскурсом в історію задіяний плюсквамперфект (7). Відносно часте використання часової форми презенса пояснюється її семантичною багатofункціональністю: він може бути актуальним, узагальнювальним, атемпоральним, розповідним, історичним і футуральним.

У головних реченнях, як видно з наведеного прикладу, трапляються також форми кон'юнктива при передачі чужої мови (3), оскільки не завжди журналісти наводять пряму мову (2) із відповідною пунктуацією. За нашими спостереженнями, речення з кон'юнктивом трапляються в середньому 1 на 14 речень з індикативом. Серед них частіше використовують презенс кон'юнктив для теперішнього часу і перфект кон'юнктив – для минулого. У підрядних реченнях кон'юнктив фіксуємо так само часто, як й індикатив. Подібну закономірність спостерігаємо і в замітках. Це зумовлено тим, що багато підрядних речень виражають непряму мову.

4.3.3.2 У дієслівному заголовку української інформаційної статті частота вживання форм минулого й теперішнього часів приблизно однакова. Наприклад:

*Переговори по "Турецькому потоку" **заморожено*** (ГУ, 15.09.15);

*Штайнмайєр **кидає** виклик Меркель* (День, 09.09.08).

Варто зазначити, що головні заголовки в цьому жанрі частіше оформлені номінативними конструкціями, коли відсутня будь-яка прив'язка до темпоральних координат. Такими синтаксичними конструкціями адресанти

намагаються привернути увагу читача до розлогих інформаційних медіатекстів.

В українському підзаголовку використовують три різні часові форми, але найчастіше фіксується минулий час (60 %). Таке часове домінування пояснюється жанровою специфікою інформаційних медіатекстів, де на першому місці події, які щойно відбулися. Наприклад:

*Партнери по німецькій коаліції **стали** суперниками* (День, 09.09.08).

У ω -фракталі української інформаційної статті у головних реченнях трапляються усі три часові форми дієслова. Домінує минулий час (66 %), на другому місці – теперішній час (29 %), і найменше, як і в німецькій вибірці, зафіксовано майбутній час (5 %). Що стосується підрядних речень, то тут розподіл зберігається, але форми майбутнього часу мають значно більшу частку (відповідно 51 %, 28 % і 21 %). Для наочності наведемо приклад української інформаційної статті:

(З) *Консультації без емоцій*

(ПЗ) *Україна представила НАТО своє бачення розвитку діалогу з Росією*

(АМ) *Микола СІРУК, «День»*

(1) *Україна чітко **виступає** проти будь-яких емоцій у відносинах із Росією.* (2) *Усі питання **повинні вирішуватися** в рамках політичних консультацій.* (3) *Таку позицію Києва у відносинах із Москвою під час засідання Комісії України—НАТО (КУН), (За) яке відбулося в Брюсселі, **виклав** послам країн-членів Альянсу заступник міністра закордонних справ України Костянтин Єлісеєв.* (4) *«Українська сторона виступає проти будь-яких дій, що будоражать, і декларацій, ми — за нормальний цивілізований і спокійний діалог. Ми повинні з'ясувати наші відносини не через засоби масової інформації, а шляхом дипломатичних, політичних консультацій», — **цитуює** слова українського дипломата Інтерфакс-Україна.* (5) *За його словами, держави НАТО **вітали** такий підхід,* (6) *а також зі*

схваленням **сприйняли** позицію Києва відносно ЧФ РФ. (7) Зокрема — те, (7а) що Україна продовжуватиме чітко виконувати базові угоди відносно ЧФ РФ, (7б) які були підписані 1997 року і (7в) термін дії яких закінчується 2017 року.

(8) У той же час заступник міністра **зауважив**, (8а) що перебування російського Чорноморського Флоту не зміцнює української національної безпеки. (9) «Саме тому ми виступаємо за те, щоб після 2017 року весь ЧФ РФ був виведений із території нашої держави. У зв'язку з неконтрольованим використанням ЧФ РФ по суті під загрозу було поставлено національну безпеку Української Держави», — **пояснив** він.

(10) За словами К. Єлісеєва, під час засідання КУН країни НАТО **наголосили**, (10а) що суверенітет і територіальна цілісність України є наріжним каменем загальноєвропейської безпеки та стабільності. (11) На думку дипломата, найнадійнішими гарантії безпеки України та її територіальної цілісності **будуть** лише тоді, (11а) коли ми станемо членами НАТО. (12) «До тих пір, поки ми не є членами Альянсу, питання нашої національної безпеки та територіальної цілісності будуть лише предметом політичних дискусій. Нам потрібні реальні конкретні гарантії. Ці гарантії станом на сьогодні може дати лише одна організація безпеки — це НАТО», — **наголосив** він.

(13) К. Єлісеєв **висловив** думку, (13а) що ситуація в Грузії наблизилася до дати запрошення України до Плану дій із придбання членства. (14) «Зараз йде чітке усвідомлення, передусім так званими скептиками, серед держав-членів НАТО про те, що Україна не може залишатися безстроково у вакуумі безпеки. Безпека та стабільність на території України повинні бути забезпечені. Саме тому я оптимістично дивлюся на наше приєднання до ПДЧ», — **пояснив** він. (15) При цьому заступник міністра **визнав**, (15а) що багато

залежить від самої України, від її здатності найближчим часом виконати зобов'язання, (15б) які вона взяла в контексті забезпечення політичної стабільності, проведення економічних реформ, реформ у сфері оборони та безпеки. (День, 29.08.08)

Як видно з наведеного прикладу, текст насичений прямою мовою (речення 4, 9, 12, 14), що надає новині автентичності. Разом з тим є багато підрядних речень (3, 7, 8, 10, 11, 13, 15), якими передають непряму мову.

4.3.3.3 Для зіставлення вираження темпоральності в німецькій і українській інформаційних статтях складена таблиця 4.6 (див. табл. 4.6), з якої видно, що в інформаційних статтях обох медіапрактик простежується загалом подібний темпоральний розподіл.

Таблиця 4.6

Темпоральність у німецькій і українській інформаційних статтях

Мова	Минулий час (%)	Теперішній час (%)	Майбутній час (%)
Німецька	67	32	1
Українська	66	29	5

Найчастіше задіяний минулий час (67 % і 66 %), яким інформують про події, що відбулися. Далі слідує теперішній час (32 % і 29 %), використання якого підкреслює актуальність події. Окрім того, він виконує іноді функцію пояснення і може виступати у значенні футурального чи історичного презенса. Найменше в інформаційних статтях трапляються дієслівні форми майбутнього часу (1 % і 5 %), що зумовлено специфікою медійного інформування.

4.3.4 Вираження темпоральності в інтерв'ю. Зазначений жанр відрізняється від решти типів текстів своєю експліцитно вираженою діалогічністю, коли протиставляються інтенції журналіста й респондента. У цьому пункті нас цікавить, чи впливає окреслена особливість медіажанру на вираження в ньому темпоральності.

4.3.4.1 В α -фракталі німецьких текстів-інтерв'ю серед дієслівних головних заголовків спостерігаємо домінування презенса дійсного способу активного стану (78 %) над іншими часовими формами. Зазвичай, це прямі цитати з тексту, які передають головну думку і привертають увагу читача. Наприклад:

*"Die Währungsunion **spaltet** Europa"* (DT, 4.04.15);

*"Italien **ist** nicht wie Berlusconi"* (BZ, 18.02.12).

Активне використання теперішнього часу в заголовковому блоці відображає його загальне домінування в цілому тексті інтерв'ю. Залежно від тематики інтерв'ю, німецькі редактори можуть використовувати також заголовки, виражені через інші часові форми, і не тільки у дійсному способі. Заголовки беруть, як правило, з контексту відповідей респондента без змін часової референції. Наприклад:

*"Australiens Zinsen **könnten** stärker als erwartet **steigen**"* (BZ, 03.11.09);

*"Zypern **hat** uns einen Schock **versetzt**"* (SZ, 11.07.11).

У підзаголовку німецького інтерв'ю також вдаються до теперішнього часу, оскільки наводиться свого роду коротка анотація тексту, де наявні основні тематичні тези, наприклад:

*Linken-Fraktionsvize Sahra Wagenknecht **rät** Athen zu mehr Konfrantation
– und **schreibt** Rot-Rot-Grün im Bund **ab**.* (DT, 4.04.15)

До проміжного ϕ -фрактала тексту-інтерв'ю відносимо лід, як продукт редакційної роботи на відміну від самого блоку питань і відповідей. Лід може розташовуватися або після заголовків, як, наприклад, у *Berliner Zeitung*, або виноситися як розгорнутий надзаголовок, як це, наприклад, практикують у *Süddeutsche Zeitung*, або бути взагалі відсутнім, як, наприклад, у *Der Tagesspiegel* чи *FAZ*. У ліді домінує презенс (60 %). Вживання решта часових форм залежить від багатьох факторів: статусу респондента, його відомості для аудиторії, традицій видання тощо. Наведемо приклад з *Berliner Zeitung*:

*Der Israeli Ephraim Asculai **ist** Experte für Nuklearwaffen im Institut für
Nationale Sicherheit an der Universität von Tel Aviv. Er **war** sechs Jahre
lang für die Internationale Atomenergiebehörde (IAEA) in Wien **tätig**.*

Asculai plädiert für schärfere Maßnahmen der Weltgemeinschaft, um die Führung des Iran dazu zu bringen, ihre Nuklearambitionen aufzugeben.
(BZ, 10.11.11)

Як видно з наведеного прикладу, ϕ -фрактал нагадує стислу анотацію, зробленою за схемою ХТО є респондент (*Experte für Nuklearwaffen im Institut für Nationale Sicherheit an der Universität von Tel Aviv*), ДЕ й ЯК ДОВГО він працював (*sechs Jahre lang für die Internationale Atomenergiebehörde in Wien*), і ЩО він пропонує (*schärfere Maßnahmen der Weltgemeinschaft*). Така схема зумовлена тим, що респондентом виступає маловідомий для пересічного читача експерт. Цим пояснюємо використання, крім презенса, також претерита.

В ω -фракталі німецьких інтерв'ю серед індикативних форм найчастіше трапляється презенс (74 %). Далі йдуть перфект (14 %), претерит (8 %), футурум I (3 %) та плюсквамперфект (1 %). Варто зазначити, що такий розподіл добре простежується як в блоці запитань, так і в блоці відповідей. У розмові між журналістом і респондентом переважно використовується теперішній час. Наприклад:

- *Denken Sie wirklich, der Iran hält sich offen, Atommacht zu werden?*
- *Das ist Spekulation. Aber der Iran wird wohl nur brechen, wenn er das Verlangen verspürt, über Nuklearwaffen zu verfügen.* (BZ, 10.11.11)

Якщо в інтерв'ю йдеться про якийсь віддалений у часі факт, подію, то питання передається через перфект, а респондент описує ті події, використовуючи претерит, перфект і плюсквамперфект. Наприклад, у цьому уривку журналіст запитує іранського дипломата про студентські протести в його країні:

- *Wie haben Sie von der Sache gehört?*
- *Ich war in Saudi-Arabien und wurde angerufen. Ich habe meine Mitarbeiter angerufen und dem Polizeichef angehalten, alles zu tun, damit das so schnell wie möglich aufhört.* (FAZ, 06.12.11)

У запитанні часом використовують футур I, коли йдеться про можливі дії у майбутньому, як-от:

- *Werden die Italiener nicht auf die Barrikaden **gehen** wie die Griechen?*
- *Nein, weil alle erforderlichen Maßnahmen weit weniger hart sind.* (BZ, 18.11.11)

Серед форм умовного способу у блоці запитань переважає претерит з модальними дієсловами *können* і *sollen*. Наприклад:

- ***Könnten** Drohungen gegenüber dem Iran dieses Verlangen **verstärken**?* (BZ, 10.11.11);
- *Welchen Weg **sollte** Griechenland **gehen**?* (DT, 04.04.15).

У блоках запитань трапляються також такі форми кон'юнктива як презенс, перфект, плюсквамперфект і кондиціоналіс I, але їх частка незначна (по 1 %). Ці форми вживають переважно для передачі чужих неперевіраних слів, ввічливого запитання, вираження припущення тощо. Наприклад:

- *Ihre Regierung in Den Haag ist anderer Meinung. Sie sagt, Brüssel **solle** sich nicht überall **einmischen** ...* (SZ, 11.07.13);
- *Was **würde** eine Atommacht der Iran für Israel und die Region **bedeuten**?* (BZ, 10.11.11).

У відповідях, окрім домінувального презенсу дійсного способу, трапляються перфект, претерит, футурум I і плюсквамперфект. Перфект вживається у тому випадку, коли респондент підкреслює завершеність дії, як-от:

- *Mittlerweile **hat** das griechische Parlament das sehr harte Sparpaket zweimal **verabschiedet**.* (BZ, 18.02.12)

Претерит трапляється при описі минулих подій, як-от:

- *Zypern **war** eine sehr harsche Operation, ein hartes Beispiel, wie private Gläubiger für Verluste haften müssen.* (SZ, 11.07.13)

Серед форм кон'юнктива в блоці відповідей найчастіше використовують претерит, плюсквамперфект і кондиціоналіс I, якими виражають реальні та ірреальні бажання тощо. Наприклад:

- *Die Verbände **müssten** endlich einen Islam **etablieren**, der hier in Deutschland anschlussfähig ist und dessen Anhänger sich nicht permanent als "fremd" definieren.* (BZ, 12.03.15);

- *Natürlich **hätten** wir uns für Syriza eine absolute Mehrheit **gewünscht**, aber die hatte sie nun mal nicht und auch nur eine enge Auswahl an Koalitionspartner.* (DT, 04.04.15);

- *Wenn ich das nicht mehr **dürfte**, **würde** ich **zurücktreten**.* (SZ, 11.07.13).

Зазначимо, що в підрядних реченнях блоку відповідей і запитань, на відміну від інших інформаційних жанрів, переважають індикативні дієслівні форми. Якщо в замітці й інформаційній статті кон'юнктив й індикатив співвідносяться 1 до 1, то в інтерв'ю – 1 до 8. Така відмінність зумовлена, насамперед, тим, що в текстах-інтерв'ю дуже мало прямої референції на чужі неперевірені слова, які оформляють через кон'юнктив.

4.3.4.2 В α -фракталі українського зовнішньополітичного тексту-інтерв'ю найуживанішою часовою формою, як і в німецькому, виступає теперішній час дійсного способу, як-от:

*Дмитро Тренін: Росія та США **впливають** на вибір України як своїм прикладом, так і своїми діями. Але ...* (День, 22.02.07);

*Внутрішня боротьба між Президентом і прем'єром **позначається** на зовнішній політиці України* (День, 07.03.07).

Поодинокі також заголовки з пропозиціями в минулому та майбутньому часах. Тут простежуємо паралель із німецькою медіапрактикою, адже вибір заголовка залежить від тематики інтерв'ю: чи воно про ситуацію, чи про якусь подію в минулому. Наприклад:

*Януш ОНИШКЕВИЧ: Членство в НАТО **забезпечить** Україні партнерські відносини з Росією* (День, 29.11.06);

*Юрій Сергєєв: Ми **показали** світу, якою є Росія* (День, 03.03.15).

У першому випадку йдеться про тему членства України в Північно-атлантичному військово-політичному Альянсі, яку вже багато років обговорюють й вона залишається для України перспективою, тому редактор зупинився на пропозиції, вираженій майбутнім часом.

У другому заголовку йдеться про те, що відбувалося в ООН у світлі російської агресії з погляду Постійного представника України при цій міжнародній організації. Саме тому редактор обрав підсумовувальну пропозицію, виражену перфектною формою дієслова.

У ф-фракталі українського тексту-інтерв'ю переважно рівною мірою використовують теперішній (45 %) і минулий (43 %) часи. Значно рідше наявні форми майбутнього часу (12 %). Наприклад:

*Голова комісії палати представників на допомогу демократії Девід Прайс (демократ від штату Північна Кароліна) днями **відвідав** Україну. Делегація у складі трьох конгресменів **здійснює** турне по ряду країн, якими **опікується** комісія палати представників. Прайс також є співголовою комісії Демократичної партії з графіка кампанії висунення кандидатів на президентство. Як США **оцінюють** розвиток демократії в нашій країні? Чи **потрібна** Україні допомога у розвитку демократії? Хто з демократів **має** найкращі шанси бути номінованим від Демократичної партії для участі у виборах, які **відбудуться** в 2008 році? Чи **буде брати участь** у перегонах Ал Гор? Який із кандидатів Демократичної партії **зможє перемогти** на президентських виборах і чи **потрібно** для цього йому бути хорошим менеджером чи людиною, яка **вміє перемогати** на війнах? Чи **борються** США із Росією за вплив над Україною? <...> (День, 04.04.07).*

У блоці запитань українського тексту-інтерв'ю домінує теперішній час дійсного способу активного стану (61 %), наприклад:

*- Кого ви **бачите** в ролі гарантів? (День, 04.11.06)*

Минулий (17 %) і майбутній (19 %) часи трапляються майже з однаковою частотою. Наприклад:

*- Яке враження **справила** на Білий дім і американських урядовців промова лідера української опозиції Юлії Тимошенко в Центрі Стратегічних і міжнародних досліджень? (День, 07.03.07)*

При цьому задіяні модальні дієслова, насамперед *могти*, як-от:

*- Які сигнали **може послати** Білий дім українському Президенту і прем'єр-міністру після візиту Тимошенко до США? (День, 07.03.07)*

На відміну від німецького кон'юнктива, український умовний спосіб експліцитно не співвідноситься сам по собі з минулим або майбутнім часом. Реальність чи ірреальність його значення впливає з контексту. Речень в умовному способі в блоці запитань зафіксовано усього 3 %. Наприклад:

Тобто фактично Верховна Рада зберігає інтригу і важелі впливу на Президента Ющенка, оскільки вимоги негайної відставки міністрів були б чіткою ознакою протистояння з Президентом, а так парламентська більшість ніби залишає простір для маневру і можливість компромісу в обмін на якісь поступки з його боку? (День, 17.11.06)

У блоці відповідей українських текстів-інтерв'ю також переважає теперішній час (67 %). Минулий час трапляється у 18 %, а майбутній – у 14 %.

*Статут ООН говорить про те, що нових членів, а Росія була новим членом, **обирають** шляхом ухвалення рішення Ради Безпеки і голосування Генеральної Асамблеї ООН. Росія не **пройшла** весь цей шлях. А Сербія, яка **опинилась** у такому самому статусі, — **пройшла**. І тому порівнюючи, **можна** це все експлуатувати. Але чи **погодиться**, врешті-решт, коли це питання знову **повернеться** на розгляд до Генеральної Асамблеї, весь світ **виключити** Росію за порушення, це велике питання (День, 03.03.15).*

У відповідях українських текстів-інтерв'ю зустрічаємо поодинокі дієслівні форми в умовному способі, як-от:

Але, якщо ви маєте на увазі і хочете запитати про необхідність консультування з громадськістю щодо цього питання, то дійсно у нас була ідея провести референдум щодо вступу до НАТО, але я не думаю, що така ідея була б корисною. (День, 06.03.07)

Зазвичай цими формами передають некатегоричні міркування респондента.

4.3.4.2 Для зіставлення вираження темпоральності в німецькому й українському текстах-інтерв'ю укладено таблицю 4.7 (див. табл. 4.7), де беруться до уваги дієслівні форми індикативу.

Таблиця 4.7

Темпоральність у німецькому й українському текстах-інтерв'ю

Мова	Минулий час (%)	Теперішній час (%)	Майбутній час (%)
Німецька	23	74	3
Українська	18	67	15

Як видно з таблиці 4.7, в обох мовах практикують використання в інтерв'ю теперішнього часу. На другому місці перебуває минулий час, найменше зафіксовано пропозицій, які виражають майбутню темпоральну референцію. Суттєвою відмінністю між німецькою й українською медіа-практиками є те, що в досліджуваному українському жанрі значно частіше, ніж у німецькому, послуговуються формами майбутнього часу. Це, очевидно, зумовлено екстралінгвальними факторами, а саме: тематичною спрямованістю інтерв'ю, коли мовиться про прогнозування подій. У німецькому ж зовнішньополітичному інтерв'ю обговорюють переважно події, що вже відбулися.

4.3.5 Жанрові контрасти темпоральності. З метою з'ясування, чи залежить темпоральність від жанрової належності, спробуємо зіставити в обох мовах такі медіатексти, як замітка, інформаційна стаття, інтерв'ю та коментар. Для наочності складено таблицю 4.8 (див. табл. 4.8).

Як видно з даних таблиці 4.8, у німецьких і українських медіатекстах домінують форми теперішнього і минулого часів. Форми майбутнього часу загалом не характерні для інформаційних жанрів, хоча, як показує зіставний аналіз, в українській медіапрактиці їх значно частіше використовують

(5–15 %), ніж у німецькій (1–3 %). Причини такої розбіжності, на нашу думку, лежать, насамперед, в екстралінгвальній площині.

Таблиця 4.8

Темпоральність у різних медіатекстах

Мова	Медіатексти	Минулий час (%)	Теперішній час (%)	Майбутній час (%)
Нім.	Замітка	64	35	1
	Інформаційна стаття	67	32	1
	Інтерв'ю	23	74	3
	Коментар	33	64	3
Укр.	Замітка	71	18	11
	Інформаційна стаття	66	29	5
	Інтерв'ю	18	67	15

Порівняємо спочатку темпоральність німецьких медіатекстів. Подібний темпоральний розподіл спостерігається між заміткою й інформаційною статтею. У них значно домінують форми минулого часу (64 % і 67 %), на другому місці теперішній час (35 % і 33 %) і найменше трапляються форми майбутнього часу (по 1 %). Пояснюється такий розподіл, насамперед, тим, інформаційні медіатексти повідомляють про факти, що вже відбулися. Наявність презенса зумовлена його темпоральною багатофункціональністю і прагненням журналістів оживити виклад матеріалу. Крім того, подібність цілком закономірна з огляду на фрактальність цих двох варіантів інформаційного жанру. Адже інформаційна стаття є фракталом вищого рівня щодо замітки, а це означає, що в ній мають повторитися подібні темпоральні ознаки, що й в замітці.

На відміну від інформаційного інваріанту, темпоральний розподіл у німецькому інформаційно-аналітичному інваріанті виглядає дещо по-іншому

(див. рис. 4.4). Тут найчастіше використовується теперішній час (74 %), далі йде минулий (23 %) і найрідше трапляється майбутній час (3 %). Такий розподіл обумовлений діалогічністю цього жанру, адже бесіда між журналістом і респондентом ведеться переважно про актуальні явища, події сьогодення, де зазвичай послуговуються багатофункціональним презентом. Наявність форм минулого часу спричинена незначними екскурсами в минуле, що зумовлено тематично. Форми майбутнього часу використовують переважно в пасажах про перспективи розвитку події, плани на майбутнє, прогноз тощо.

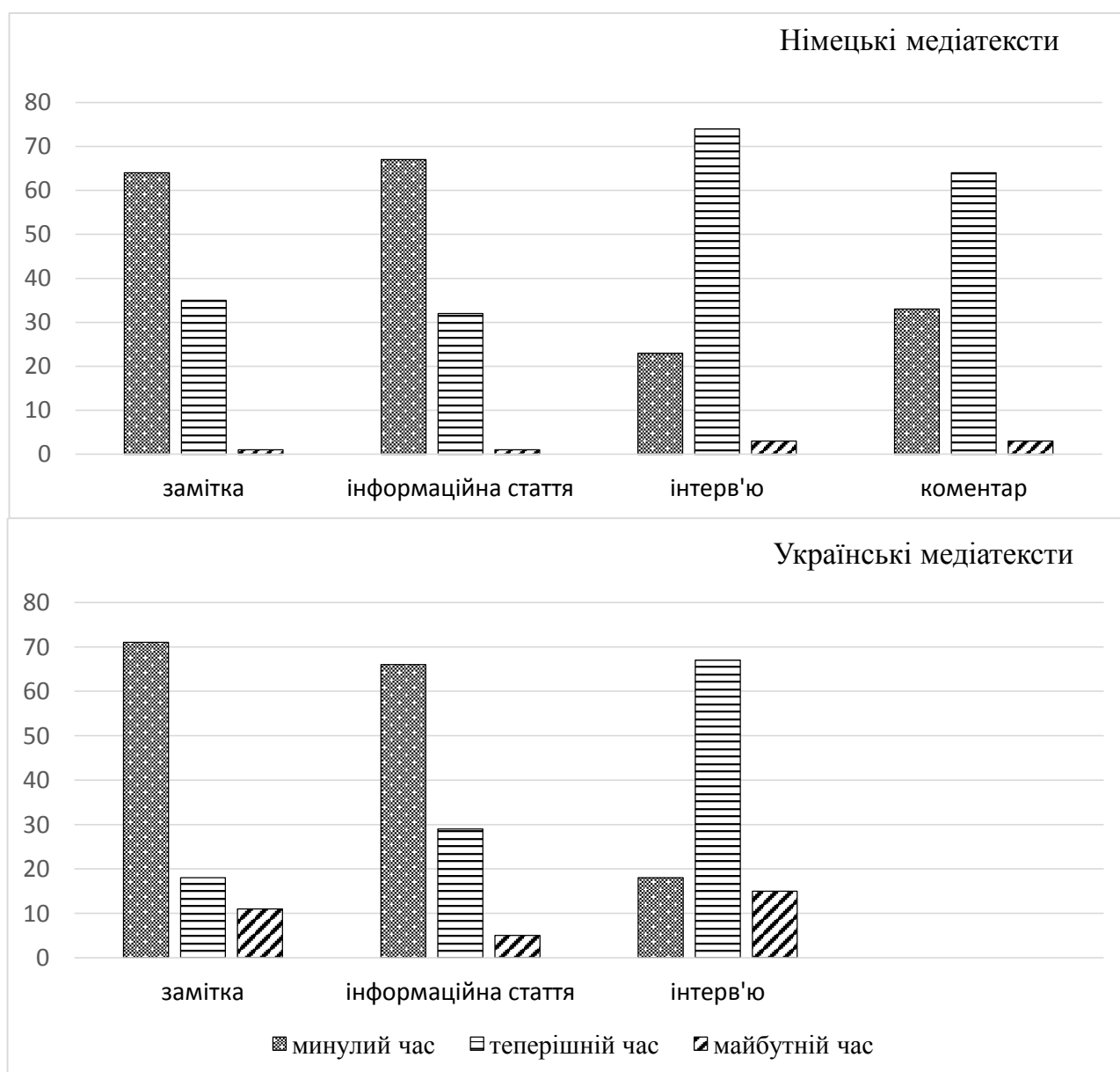


Рис. 4.4 Темпоральність у німецьких і українських медіатекстах

Для аналітичного жанру – коментарю – в німецькому зовнішньополітичному дискурсі характерне використання форм теперішнього часу

(64 %). На другому місці за вживанням слідують форми минулого часу (33 %) та майбутнього часів (3 %). Такий розподіл, на нашу думку, пояснюється, насамперед, тим, що головний аргументативний виклад матеріалу ведуть переважно в теперішньому часі. Наявність дієслівних форм минулого часу зумовлена ввідною референцією на певну подію, що стала приводом для написання коментаря. І, нарешті, незначна частка дієслівних форм майбутнього часу спричинена кінцевою частиною коментаря, де автори вдаються часом до прогнозів на майбутній перебіг подій.

В українській мові у зіставлених медіатекстах простежуємо подібний до німецької темпоральний розподіл (див. рис. 4.4). Так, в базових інформаційних медіатекстах переважає минулий час (71 % і 66 %), далі за частотою вживання йдуть теперішній час (18 % і 29 %) і найменше трапляється майбутній час (11 % і 5 %). При цьому помітна тенденція до зменшення використання форм майбутнього часу і збільшення теперішнього. Це, очевидно, спричинено тим, що серед українських заміток значна частина редакційні, а не агентурні. В інформаційних же статтях основна увага сфокусована на актуальних подіях, тому тут зростає частка теперішнього часу.

В українській мові, як і в німецькій, спостерігаємо темпоральну відмінність між інформаційними й інформаційно-аналітичним жанрами. Зокрема, в українському тексті-інтерв'ю переважає теперішній час (67 %). Далі за частотою вживання йдуть минулий (18 %) і майбутній (15 %) часи. При цьому впадає в око значне застосування дієслівних форм майбутнього часу. На нашу думку, це спричинено екстралінгвальними факторами, а саме: прагненням журналістів розпитати в респондентів про подальший перебіг ситуації.

Отже, між зіставленими зовнішньополітичними медіатекстами в німецькій і українській мові добре прослідковується подібність застосування часової референції.

Для перевірки наших висновків скористаємося статистичними прийомами. Як показали отримані результати, для німецької замітки статистично сигніфікативні результати отримано для минулого часу ($\chi^2 = 4,34$ при $K = 0,17$).

У німецьких інтерв'ю такі значущі показники зафіксовано для теперішнього часу ($\chi^2 = 14,19$ при $K = 0,31$). Для українського інтерв'ю статистично значущі результати отримано лише для форм майбутнього часу ($\chi^2 = 5,99$ при $K = 0,20$), на що ми звернули увагу раніше.

Оскільки в німецькій мові палітра часових форм ширша за українську, то спробуємо встановити закономірність вживання усіх часових форм дієслова в замітках, інформаційних статтях, кореспонденціях, інтерв'ю та коментарях. У результаті статистичного аналізу вживання часових форм дієслова в різних жанрах отримано дані, які підтверджують припущення, що для медійних текстів характерні особливості вживання певних часових форм (див. табл. 4.9).

Таблиця 4.9

Статистичні дані про вживання часових форм у німецьких медіатекстах (верхній показник – хі-квадрат, нижній – коефіцієнт взаємної спряженості К)

Медіа- текст	Präsens		Präteritum		Perfekt		Plusquam- perfekt	Futur I
	Ind.	Konj.	Ind.	Konj.	Ind.	Konj.	Ind.	Ind.
замітка	—	—	5,04 0,06	—	7,31 0,07	89,23 0,23	—	—
інформа- ційна стаття	—	19,44 0,11	77,7 0,22	—	—	13,36 0,09	44,3 0,17	—
корес- понден- ція	—	13,95 0,09	—	—	—	—	—	—
інтерв'ю	42,5 0,16	—	—	4,20 0,05	6,28 0,06	—	—	12,15 0,09

Для німецької замітки статистично значущі показники встановлено для претерита ($\chi^2 = 5,04$ при $K = 0,06$) і перфекта дійсного способу ($\chi^2 = 7,31$ при $K = 0,07$), а також перфекта умовного способу ($\chi^2 = 89,23$ при $K = 0,23$).

Перфект дійсного способу, як вже зазначалося, задіяний переважно в першому реченні повідомлення, де акцентується увага на інформаційному ядрі. Подальші речення здебільшого виражаються формою претерит.

Часте вживання форм перфекта умовного способу зумовлено тим, що автори через принцип мовної економії вдаються до безсполучникової передачі чужої мови. Наприклад:

*Iraks Ministerpräsident Nuri el Maliki **habe** den iranischen Präsidenten Mahmud Ahmadinedschad telefonisch um die Teilnahme Irans an der Konferenz der Irak-Anrainerstaaten **gebeten**.* (BZ, 30.04.07)

В інформаційній статті статистично значущі результати отримано з такими формами, як претерит дійсного способу ($\chi^2 = 77,68$ при $K = 0,22$) і плюсквамперфект дійсного способу ($\chi^2 = 44,33$ при $K = 0,17$). Ними автори часто вдаються до опису минулих подій. Наприклад:

*De Maiziere **beendete** am Freitag seine viertägige USA-Reise. Er **hatte** auch deutsche Soldaten in den US-Bundesstaat Texas und New Mexico **besucht**.* (BZ, 18/19.02.12)

Цей пасаж оформлено останнім абзацом інформаційної статті про міністра оборони ФРН, у якій йдеться про фінансові вливання в інфраструктуру Афганістану і його зустріч з американським колегою у Вашингтоні. Цей абзац певним чином завершує виклад матеріалу, зазначаючи час і тривалість візиту німецького міністра до США. До того ж згадується віддалений у часі візит до німецьких солдат у двох американських штатах.

Окрім того, в німецькій інформаційній статті зафіксовано статистично значущі результати для презенса ($\chi^2 = 19,44$ при $K = 0,11$) і перфекта ($\chi^2 = 13,36$ при $K = 0,06$) умовного способу. Ці граматичні форми використовують при передачі чужої мови. Якщо першою формою підкреслюють одночасність дії, то другою – її передчасність. Наприклад:

Rice bezeichnete die Konferenz als "historisches Ereignis", das aber nur der Anfang einer Entwicklung sei. Die US-Botschaft in Bagdad teilte mit, dass bei einem Raketenangriff auf die streng gesicherte "grüne Zone" am

Mittwoch vier Mitarbeiter der Botschaft ums Leben gekommen seien. (BZ, 04.05.07)

У першому випадку йдеться про одночасність дій в головному і підрядному реченнях: тут непрямо наводяться слова К. Райс щодо значення конференції і через умовний спосіб у підрядному реченні зазначається, що це тільки початок процесу відновлення Іраку. У другому реченні подія підрядного (*загибель чотирьох працівників посольства*) передуює дії головного (*повідомлення посольства*).

На відміну від двох попередніх інформаційних медіатекстів, у кореспонденції як найбільшому новинному жанрі помітні певні особливості темпоральної референції. Тут отримано статистично значущі показники для презенса умовного способу ($\chi^2 = 13,95$ при $K = 0,09$). Цією часовою формою автори прагнуть при передачі чужої мови відмежуватися від змісту повідомлення. Наприклад:

Beleidigt ist Brown trotzdem: Er könne nicht verstehen, warum <...>.
(BZ, 10.07.07)

Для інтерв'ю статистичні значущі результати встановлено для таких часових форм, як презенс ($\chi^2 = 42,48$ при $K = 0,16$), футур I ($\chi^2 = 12,15$ при $K = 0,09$) і перфект дійсного способу ($\chi^2 = 6,28$, $K = 0,06$), а також претерит умовного способу ($\chi^2 = 4,20$, $K = 0,95$). У цьому жанрі, як і слід було очікувати, домінуючими формами виявилися презенс, перфект і футур I дійсного способу. Саме ці дієслівні форми характерні для побудови питань і відповідей. Серед форм умовного способу тут можна виокремити претерит, який вживають переважно як ввічливу форму запитання і припущення. Наприклад:

- *Könnte die saudische Initiative zur Grundlage eines umfassenden Friedensprozess werden?*
- *Im Kern zeigt dieser Plan, was Basis für eine solche umfassende Lösung sein könnte.* (BZ, 28.03.07)

В аналітичному газетному жанрі – коментарі – не зафіксовано статистично значущих показників. Це може свідчити про те, що зазначений жанр не такий

стандартизований як решта видів текстів і для нього не притаманні певні особливості вживання дієслівних часових форм.

Отже, отримані статистичні показники підтвердили наші спостереження щодо вираження темпоральності в різнотипних медіатекстах.

Висновки до розділу 4

У результаті дослідження німецьких і українських медіатекстів виявлено домінантні для них категорії референційності, евіденційності й темпоральності, які корелюють із жанровою належністю текстів та їх фрактальною будовою.

1. Категорія референційності домінує у всіх медіатекстах і має переважно спільні способи вираження референта у зіставляваних мовах. У α -фракталі відбувається номінація головного референта переважно на основі зазначення лише його прізвища через принцип мовної економії. У φ -фракталі він ідентифікується зазвичай повністю за схемою: *офіційна посада + ім'я + прізвище*. У ω -фракталі відбувається його референція через такі маркери як *ім'я + прізвище, прізвище, апелятиви, займенникові маркери*.

У німецьких і українських ситуативно паралельних медіатекстах виявлено три ступені частоти вживання референтних позначень:

1) високий – географічні назви у замітках (нім. – 57 % / укр. – 49 %), кореспонденціях (нім. – 46 % / укр. – 53 %), інтерв'ю (нім. – 36 % / укр. – 54 %), коментарях (нім. 39 %);

2) середній – назви істот у замітках (нім. – 23 % / укр. – 31 %), кореспонденціях (нім. – 34 % / укр. – 26 %), інтерв'ю (нім. – 26 % / укр. – 19 %), коментарях (нім. 26 %); а також назви установ і організацій у замітках (нім. – 18 % / укр. – 14 %), кореспонденціях (нім. – 17 % / укр. – 15 %), інтерв'ю (нім. – 35 % / укр. – 21 %), коментарях (нім. 22 %);

3) низький – назви речей і процесів у замітках (нім. – 2 % / укр. – 6 %), кореспонденціях (нім. – 5 % / укр. – 6 %), інтерв'ю (нім. – 3 % / укр. – 6 %), коментарях (нім. 13 %).

Статистично значущі показники хі-квадрат і коефіцієнта взаємної спряженості Чупрова встановлено у німецьких медіатекстах для географічних назв у замітках ($\chi^2 = 16,09$ при $K = 0,14$), для назв живих істот – у кореспонденціях ($\chi^2 = 8,38$ при $K = 0,10$), для назв установ і організацій – в інтерв'ю ($\chi^2 = 31,48$ при $K = 0,19$), а також для назв речей і процесів – у коментарях ($\chi^2 = 31,48$ при $K = 0,19$). В українських медіатекстах такі показники зафіксовано для антропонімів у замітках ($\chi^2 = 9,30$ при $K = 0,09$), для назв установ і організацій – в інтерв'ю ($\chi^2 = 6,85$ при $K = 0,08$).

Аналіз вживання частотних груп онімів – антропонімів і топонімів – у досліджуваних медіатекстах дозволяє констатувати, що при топонімічній референції є подібність вживання топонімів у двох мовах, а при антропонімічній референції при майже однаковому наборі колокацій простежуються певні особливості в кожній медіапрактиці: для німецької притаманні розгорнуті антропоніми з прикладками, а для української – вживання їх текстових маркерів.

2. Категорія евіденційності домінує в досліджуваних медіатекстах і має переважно спільні способи вираження евіденційних маркерів у німецькій й українській мовах. Це, насамперед, складнопідрядні речення з дієсловами комунікативної і ментальної діяльності в головному реченні, пряма мова, цитатія, прийменникові конструкції, модальні слова, синтаксичні конструкції зі сполучником *wie / як*. Відмінні способи характерні лише для німецької мови через її мовнотипологічні особливості. Це квотативний кон'юнктив, часова форма футур і модальні дієслова з подвійною дейктичністю. Зіставний аналіз показав, що інформаційним медіатекстам обох мов притаманна репортативна евіденційність (84–99 %), а для аналітичних – інференційна (70 %). При цьому спостерігається загальна тенденція у фрактальній будові інформаційних

медіатекстів обох мов: зі збільшенням обсягу тексту зростає частка інференційних евіденціалів і зменшується частка репортативних евіденціалів (нім. 97 % → 84 % / укр. 99 % → 89 %).

3. У німецьких і українських мовах ідентифіковано спільні темпоральні домінанти для досліджуваних медійних інваріантів та відмінне відсоткове співвідношення в окремих їх варіантах – медіатекстах. В інформаційному жанрі домінує минулий час (замітка: нім. – 54 % / укр. – 71 %; інформаційна стаття: нім. – 67 % / укр. – 66 %), менш уживаним є теперішній (замітка: нім. – 35 % / укр. – 18 %; інформаційна стаття: нім. – 32 % / укр. – 29 %) і зрідка вживаними є форми майбутнього часу (замітка: нім. – 1 % / укр. – 11 %; інформаційна стаття: нім. – 1 % / укр. – 5 %). В інформаційно-аналітичному інваріанті, навпаки, домінує теперішній час (нім. – 74 % / укр. – 67 %), менше представлені минулий (нім. – 23 % / укр. – 18 %) та майбутній (нім. – 3 % / укр. – 15 %) часи. У німецькому аналітичному інваріанті переважає теперішній (64 %), далі слідують минулий (33 %) та майбутній (3 %) часи.

Для інформаційного інваріанту обох мов встановлено такий темпоральний розподіл: α -фрактал – теперішній/минулий часи, φ -фрактал – минулий/теперішній/майбутній, ω -фрактал – минулий/теперішній/майбутній. Для інформаційно-аналітичного – α -фрактал – теперішній/минулий часи, φ -фрактал – теперішній/минулий, ω -фрактал – теперішній/минулий/майбутній. Для аналітичного – α -фрактал – теперішній/минулий часи, ω -фрактал – теперішній/минулий/майбутній.

Кількісно-статистичні обчислення продемонстрували, що у німецькій замітці сигніфікативні результати отримано для минулого часу ($\chi^2 = 4,34$ при мінімальній значимості 3,84, $K = 0,17$), у німецького інтерв'ю – для теперішнього часу ($\chi^2 = 14,19$, $K = 0,31$), а в українського інтерв'ю – для майбутнього часу ($\chi^2 = 5,99$, $K = 0,20$).

Основні результати цього розділу висвітлено в публікаціях автора [97; 101; 105; 106; 114; 431; 435].

ВИСНОВКИ

Теоретико-методологічна концепція дисертації ґрунтується на положеннях лінгвістики тексту (Н.С. Валгіна, С.М. Іваненко, Л.П. Іванова, Т.В. Радзієвська, В.Є. Чернявська, К. Adamzik, К. Brinker, W. Heinemann), лінгвістичної генології (Ф.С. Бацевич, М.М. Бахтін, Chr. Gansel, F. Simmler), медіалінгвістики (Т.Г. Добросклонська, Л.Р. Дуслаєва, В.Й. Здоровега, К.С. Серажим, Л.І. Шевченко, Н. Burger, H. Lüger), лінгвосинергетики (Т.І. Домброван, А.А. Зернецька, Г.Г. Москальчук, Р.Г. Піотровський, R. Köhler), а також на здобутках порівняльно-історичного (Р.В. Болдирев, Р.В. Васько, А.В. Корольова, І.М. Нечитайло та ін.), зіставно-типологічного (С.П. Денисова, В.І. Кушнерик, R. Hartmann, V. Spillner), системно-структурного (Ю.Д. Апресян та його школа) та прикладного (Н.П. Дарчук, Є.А. Карпіловська, В.В. Левицький, Ф.О. Нікітіна, H. Lenk та інші) мовознавства.

Сучасна контрастивна медіагенологія перебуває під впливом нової лінгвосинергетичної парадигми, що демонструє спіралеподібний еволюційний процес розвитку наукової думки. Мовна система, зберігаючи свою інваріантно-варіантну природу, відображає на когнітивному рівні фрактальний принцип її організації, де елементи нижчого рівня стають фундаментом для будови вищих, складніших утворень.

Сучасним медіатекстам як складним когнітивно-семіотичним знакам притаманний фрактальний принцип будови в інтер- та інтражанровому аспектах, які представлені трьома інваріантними структурами: інформаційною (замітка, інформаційна стаття, кореспонденція, синоптичне повідомлення); аналітичною (коментар) та інформаційно-аналітичною (інтерв'ю).

Варіантними конструктами паралельних німецьких і українських медіатекстів є дво- (α - і ω -фрактали: замітки, синоптичні повідомлення, коментарі) та трифрактальні (α -, φ - та ω -фрактали: інформаційна стаття, кореспонденція й інтерв'ю) моделі. Фрактальна структура медіатекстів

зумовлена екстралінгвальними факторами, коли при їх створенні вирішальну роль відіграє ситуативний чинник.

Для замітки як варіанта інформаційного медіажанру в німецькій і українській мовах характерна двофрактальна структура. В α -фракталі наводиться за принципом мовної економії інформаційне ядро повідомлення, оформлене переважно простим реченням з базовими даними про ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ, ЯК, ЧОМУ. В ω -фракталі відбувається стисле розгортання цієї структури новини простими та складнопідрядними реченнями.

Для інформаційної статті як варіанта інформаційного медіажанру встановлено трифрактальну будову: α -фрактал у вигляді заголовкового блоку, φ -фрактал – проміжного інформаційного блоку, що стисло висвічує початковий фрактал, та ω -фрактал, де відбувається повне змістове розгортання основної новини за принципом оберненої піраміди, коли найважливіше подається спочатку. Відмінності обох медіакультур зафіксовано в структурно-композиційних, синтаксичних та невербальних характеристиках. У німецькій мові адресанти уникають експліцитного вираження суб'єктивності на відміну від українських, де наявні аналітичні елементи. В цьому можна вбачати тенденцію до більшої аналітичності української інформаційної статті.

Кореспонденції в обох мовах побудовано за трифрактальною моделлю: α -, φ - і ω -фрактали. Це найбільший варіант інформаційного жанру, для якого характерна значна різноманітність при розгортанні новини в останньому фракталі з метою спонукання адресата до повного ознайомлення з цілим текстом, на відміну від інформаційної статті та замітки. В α -фракталі цієї моделі адресанти намагаються зацікавити адресатів новиною через подання неповної інформації за допомогою використання номінативних речень. У кінцевому фракталі простежується загальна тенденція до поєднання інформаційного й аналітичного викладу матеріалу.

Варіант інформаційного медіажанру "синоптичне повідомлення" в німецькій й українській мовах є двофрактальним складним креолізованим семіотичним утворенням, що складається з вербальної і невербальної частин з

домінуванням останньої. α -фракталом в обох мовах виступає інформаційно порожній тематичний заголовок з локальною референцією, який повністю розгортається в ω -фракталі.

Інформаційно-аналітична модель німецьких і українських медіатекстів має трифрактальну структуру. Спільним в α -фракталі обох мов є подача ключового висловлювання бесіди між журналістом і респондентом. Відмінним у ϕ -фракталі українського тексту-інтерв'ю є стандартизованість і подібність до стислого повідомлення з блоком запитань і відомостей про респондента. В ω -фракталі, який містить діалогічний текст, відповідям респондентів в українській мові загалом характерна монологічність і офіційність, а в німецькій – діалогічність і розмовність.

Аналітична двофрактальна модель зовнішньополітичного медіатексту складається з α -фрактала, де наводиться інтригуювальний, оцінний заголовок, виражений переважно номінативним реченням, і ω -фрактала з поетапним розгортанням авторського заголовка через ввід теми, аргументувальний блок і висновок, оформлені простими і складнопідрядними реченнями у двох абзацах.

Заголовковий блок як початковий, інформаційно найважливіший фрактал медіатекстів залежить від їх жанрової належності. Зі збільшенням обсягу інформаційного медіатексту змінюється його домінуюча функція: у коротких переважає інформування, а в розлогіх – привернення уваги (рекламна). Якщо в інформаційно-аналітичній моделі обох мов α -фрактал фіксує експліцитно ключову думку респондента, то в аналітичній моделі він образно передає основний зміст тексту, що досягається використанням різноманітних риторико-стилістичних прийомів.

Домінуючі для досліджуваних медіатекстів функціонально-семантичні категорії референційності, евіденційності й темпоральності корелюють з їх жанровою належністю і фрактальною будовою. В обох мовах простежується схожа референційність, коли в α -фракталі головний референт вводиться максимально стисло, у ϕ -фракталі відбувається його повна ідентифікація, а в ω -фракталі використовуються різні способи його референції. Категорія

евіденційності має переважно спільні засоби вираження в обох мовах. Відмінні евіденційні маркери характерні лише для німецької мови через її мовнотипологічні особливості. Для інформаційних медіатекстів обох мов виявлено домінування репортативних евіденціалів, а для аналітичних – інференційних. При цьому встановлена така закономірність: зі збільшенням обсягу інформаційного медіатексту зростає частка інференційних евіденціалів і зменшується частка репортативних.

Перспективним вважаємо фрактальне моделювання інших типів текстів, оскільки такі дослідження мають велике прикладне значення для викладання іноземної мови та перекладу, де жанрова компетенція сприятиме успішності міжкультурної комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андріанова Н.С. Когнітивно-прагматичні та лінгвокультурні характеристики спілкування в жанрі чату (на матеріалі англійської, французької, російської, української мов) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.15 "Загальне мовознавство" / Н.С. Андріанова. – К., 2012. – 19 с.
2. Антонович М.М. Функції газетних заголовків, виражених сполученням типу NNN / М.М. Антонович // Іноземна філологія. – 1992. – № 103. – С. 103–110.
3. Апалат Г.П. Структура, семантика і прагматика текстів-інтерв'ю (на матеріалі сучасної англomовної преси) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Г.П. Апалат. – Київ, 2003. – 19 с.
4. Апресян Ю.Д. Идеи и методы современной структурной лингвистики (краткий очерк) / Юрий Дереникович Апресян. – М. : Просвещение, 1966. – 305 с.
5. Арсланова А.И. Жанр информационной заметки в макроструктуре газетного текста (на примере немецких и российских газет) / А.И. Арсланова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2012. – № 2. – Т. 2. – С. 76–78.
6. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека / Нина Давидовна Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
7. Бабенко Л.Г. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика / Л.Г. Бабенко, Ю.В. Казарин. – 2-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2004. – 496 с.
8. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Шарль Балли. – М. : УРСС, 2001. – 416 с.
9. Баранов А.Н. Иллокутивное вынуждение в структуре диалога / А.Н. Баранов, Г.Е. Крейдлин // Вопросы языкознания. – 1992. – № 2. – С. 84–99.
10. Барчук В.М. Граматична категорія темпоральності: семантико-структурний аспект / В.М. Барчук // Мовознавство. – 2011. – № 6. – С. 64–76.

11. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / сост. С.Г. Бочаров; текст подгот. Г.С. Бернштейн и Л.В. Дерюгина ; примеч. С.С. Аверинцева и С.Г. Бочарова. – Москва : Искусство, 1986. – 445 с.
12. Бахтин М.М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа / М.М. Бахтин // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста : антология / под ред. проф. В.П. Нерознака. – М. : Academia, 1997. – С. 227–244.
13. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Собр. сочинений. – Москва : Русские словари, 1997. – Т. 5. – С. 159–206.
14. Бацевич Ф.С. Вступ до лінгвістичної генології / Флорій Сергійович Бацевич. – К. : Академія, 2006. – 248 с.
15. Белоусов К.И. Синергетика текста : от структуры к форме / Константин Игоревич Белоусов. – 2-е изд. – М. : URSS, 2013. – 248 с.
16. Бенвенист Е. Общая лингвистика / Емил Бенвенист [Пер. с фр.]. – Изд. 2-е стереотипное. – М. : УРСС, 2002. – 448 с.
17. Бессмертная Н.В. Лингвистика текста / Н.В. Бессмертная. – К. : Вища школа, 1981. – 171 с.
18. Белова А.Д. Понятия "стиль", "жанр", "дискурс", "текст" у сучасній лінгвістиці / А.Д. Белова // Іноземна філологія. – К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2002. – Вип. 32. – С. 11–14.
19. Бистров Я.В. Фрактальна модель концептуальної метафори в інгломовному біографічному наративі / Я.В. Бистров // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. – К., 2014. – Т. 17, № 1. – С. 16–24. – (Сер. Філологія).
20. Білоус І.Л. Власні назви у німецьких газетно-публіцистичних жанрах : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Білоус Ірина Леонідівна. – Чернівці, 2014. – 254 с.
21. Блох М.Я. Диктема в уровневой структуре языка / М.Я. Блох // Вопросы языкознания. – 2000. – № 4. – С. 56–67.
22. Блох М.Я. Теоретические основы грамматики / Марк Яковлевич Блох. – 4-е изд., испр. – М. : Высш. шк., 2005. – 239 с.

23. Блох М.Я. Поле эпистемической модальности в пространстве текста : [монография] / М.Я. Блох, А.В. Аверина. – М. : МПГУ, 2011. – 156 с.
24. Богатько В.В. Синтаксис і стилістика неповних речень у мові сучасної української періодики / Валентина Василівна Богатько. – Вінниця : Нова Книга, 2010. – 176 с.
25. Болотнова Н.С. Филологический анализ текста / Нина Сергеевна Болотнова. – 4-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2009. – 520 с.
26. Бондар О.І. Темпоральні відношення в сучасній українській літературній мові : Система засобів вираження : [монографія] / Олександр Іванович Бондар. – Одеса : Астропринт, 1996. – 192 с.
27. Брандес М.П. Стилистика текста (теоретический курс) / Маргарита Петровна Брандес. – М. : Прогресс, 2004. – 416 с.
28. Бук С. Квантитативна параметризація текстів Івана Франка : проект та його реалізація / С. Бук // Вісник Львівського університету. – Львів, 2013. – Вип. 58. – С. 290–307. – (Серія філологічна).
29. Валгина Н.С. Теория текста / Нина Сергеевна Валгина. – М. : Логос, 2003. – 279 с.
30. Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі / Микита Кімович Василенко. – К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
31. Васильева Н.В. Собственное имя в мире текста / Наталия Владимировна Васильева. – [2-е изд.]. – М. : Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009. – 224 с.
32. Васько Р.В. Лінгвосеміотика і віртуальна реальність у проекції на світ соціальної комунікації / Р.В. Васько // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. – Київ, 2013. – Т. 16, № 2. – С. 28–34. – (Сер. Філологія).
33. Виноградов В.В. О категории модальности и модальных словах в русском языке / В.В. Виноградов // Труды Ин-та русского языка АН СССР. – М., 1950. – Т. 2. – С. 38–89.

34. Волосенко І.В. Молодіжні інтернет-щоденники в німецькомовному медійному просторі : соціолінгвальний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / І.В. Волосенко. – Київ, 2012. – 19 с.
35. Вороб'єва О.П. Текстовые категории и фактор адресата / Ольга Петровна Вороб'єва. – К. : Высшая школа, 1993. – 199 с.
36. Вороб'єва О.П. Словесная голография в пейзажной дискурсе Вирджинии Вулф : модусы, фракталы, фузии / О.П. Вороб'єва // Когниция, Коммуникация, Дискурс. – 2010. – № 1. – С. 47–74.
37. Всеволодова М.В. Теория функционально-коммуникативного синтаксиса / Майя Владимировна Всеволодова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. – 504 с.
38. Гак В.Г. О контрастивной лингвистике / В.Г. Гак // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1989. – 438 с.
39. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / Илья Романович Гальперин. – 8-е изд., стереот. – М. : Либроком, 2014. – 144 с.
40. Гапотченко Н.Є. Структурні та жанрово-стилістичні особливості текстів інтерв'ю в сучасній французькій пресі (комунікативно-прагматичний аспект) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : спец. 10.02.05 "Романські мови" / Н.Є. Гапотченко. – К., 2005. – 19 с.
41. Гармаш О.Л. Лінгвосинергетичний аспект розвитку словникового фонду англійської мови : [монографія] / Олена Леонідівна Гармаш. – Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2011. – 324 с.
42. Гвенцадзе М.А. Коммуникативная лингвистика и типология текста / М.А. Гвенцадзе. – Тбилиси : Мениереба, 1986. – 186 с.
43. Гладров В. Специфика употребления методов и приемов в сопоставительном изучении русского языка / В. Гладров // Русский язык за рубежом. – 1994. – № 5–6. – С. 17–23.
44. Голубева-Монаткина Н.И. Классификационное исследование вопросов и ответов диалогической речи / Н.И. Голубева-Монаткина // Вопросы языкознания. – 1991. – № 1. – С. 125–134.

45. Грицина В.І. Інфраструктура речень публіцистичного стилю : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Валентина Іванівна Грицина. – Кривий Ріг, 2002. – 171 с.
46. Грязнухіна Т.О. Система автоматичного морфологічного аналізу українського наукового тексту / Т.О. Грязнухіна, М.В. Нікула // Проблеми українізації комп'ютерів. – К., 1993. – С. 42–46.
47. Гумбольдт фон В. О различии строения человеческих языков и его влияние на духовное развитие человечества / В. фон Гумбольдт // Избранные труды по языкознанию. – М. : Прогресс, 1984. – С. 37–301.
48. Дарчук Н.П. Комп'ютерне анування українського тексту : результати і перспективи : (монографія) / Наталія Петрівна Дарчук. – Київ : Освіта України, 2013. – 543 с.
49. Дейк ван Т.А. Стратегии понимания связного текста / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1988. – Вып. 23. – С. 153–211.
50. Дементьев В.В. Теория речевых жанров / Вадим Викторович Дементьев. – М. : Знак, 2010. – 600 с.
51. Денисова С.П. Типологія лідів у сучасній пресі / С.П. Денисова // Журналістика. Медіалінгвістика. Кінотелемистецтво : Зб. наук. статей Київського міжнар. ун-ту. – Вип. 1. – К. : КиМУ, 2003. – С. 115–131.
52. Деменчук О.В. Лінгвістика чуттєвого сприйняття: динамічні моделі в семантиці перцептивної лексики української, польської та англійської мов : монографія / Олег Володимирович Деменчук. – Рівне : видавець О. Зень, 2014. – 348 с.
53. Деркач Д.В. Лінгвостилістика онімів сучасних українських медійних текстів : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Деркач Дмитро Валерійович. – Київ, 2010. – 204 с.
54. Деркач Д.В. Лінгвостилістика нових інформаційних жанрів у сучасних мас-медіа / Д.В. Деркач // Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика : зб. наук. праць. – К. : Київський університет, 2015. – Вип. 30. – С. 45–53.

55. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ : современная английская медиаречь / Татьяна Георгиевна Добросклонская. – 2-е изд. – М. : ФЛИНТА, 2014. – 264 с.
56. Домброван Т.И. Развитие языка как информационной синергетической системы / Т.И. Домброван // Лінгвістика ХХІ століття : нові дослідження і перспективи. – К. : Логос, 2012. – С. 83–90.
57. Домброван Т.И. Фрактальность как фундаментальное свойство языковой материи / Т.И. Домброван // Записки з романо-германської філології. – 2013. – Вип. 1(30). – С. 57–67.
58. Домброван Т.И. Язык в контексте синергетики / Татьяна Ивановна Домброван. – Одесса : Одесская гор. тип., 2013. – 342 с.
59. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации / Тамара Моисеевна Дридзе. – М. : Наука, 1984. – 268 с.
60. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Лилия Рашидовна Дускаева. – Изд. 2-е, доп., испр. – СПб. : Филол. факультет СПбГУ, 2012. – 274 с.
61. Жаботинская С.А. Геометрия смысла : концептуальные модели языка и фрактальные формы / С.А. Жаботинская // Первая российская конференция по когнитивной науке : тезисы докладов. – Казань : Казанский гос. ун-т, 2004. – С. 85–87.
62. Жовтобрюх М.А. Мова української періодичної преси (кінець ХІХ – початок ХХ ст.) / Михайло Андрійович Жовтобрюх. – Київ : Наукова думка, 1970. – 302 с.
63. Журналістський фах : газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник / Т.О. Приступенко, Р.В. Радчик, М.К. Василенко та ін.; за ред. В.В. Різуна. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2012. – 352 с.
64. Завальнюк І.Я. Комунікативно-прагматичні функції та стилістичні вияви вставних одиниць у сучасному українському газетному мовленні / І.Я. Завальнюк // Українська мова. – 2009. – № 1. – С. 15–32.

65. Загнітко А.П. Лінгвістика тексту : теорія і практикум : [науково-навчальний посібник] / Анатолій Панасович Загнітко. – Донецьк : Дон НУ, 2006. – 289 с.
66. Зайцева В.В. Метонімія як спосіб вторинної номінації у мові друкованих засобів масової інформації : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Зайцева Вікторія В'ячеславівна. – Дніпропетровськ, 2009. – 213 с.
67. Закономерности структурной организации научно-реферативного текста / Отв. ред. В.И. Перебейнос. – Киев : Наукова думка, 1982. – 321 с.
68. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості / Володимир Йосипович Здоровега. – 3-тє вид. – Львів : ПАІС, 2008. – 276 с.
69. Зекиева П.М. Заголовочный комплекс как технический конструкт риторической модальности в немецкой публицистике : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 "Германские языки" / П.М. Зекиева. – Пятигорск, 2012. – 24 с.
70. Золотова Г.А. Категории времени и вида с точки зрения текста / Г.А. Золотова // Вопросы языкознания. – 2002. – № 3. – С. 8–29.
71. Єнікєєва С.М. Система словотвору сучасної англійської мови : синергетичний аспект (на матеріалі новоутворень кінця ХХ – початку ХХІ століть) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / С.М. Єнікєєва. – К., 2011. – 36 с.
72. Іваненко С.М. Поліфонія ритмотональної будови тексту в стилістичному аспекті (на матеріалі німецької мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / С.М. Іваненко. – К., 2010. – 36 с.
73. Іваницька Н. Дієслівні системи української та англійської мов : парадигматика і синтагматика : [монографія] / Наталя Іваницька. – Вінниця : СПД Главацька, 2011. – 636 с.
74. Ільченко В.І. Експресія власних назв як засіб публіцистики : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 „Журналістика“ / В.І. Ільченко. – Київ, 2003. – 20 с.

75. Каменская О.Л. Текст и коммуникация / Ольга Львовна Каменская. – М. : Высшая школа, 1990. – 152 с.
76. Кам'янець В.М. Структурні, семантичні та функціональні особливості власних назв сучасної німецької мови : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / В.М. Кам'янець. – Львів, 2001. – 18 с.
77. Капелюшний А.О. Практична стилістика української мови / Анатолій Олексійович Капелюшний. – Вид. 2-ге, перероблене. – Львів : ПАІС, 2007. – 400 с.
78. Капранов Я.В. Фрактальный принцип построения словарной статьи в этимологическом словаре английского языка / Я.В. Капранов // Социально-гуманитарный вестник Юга России : [журн.] / [гл. ред. А.А. Киселев]. – Краснодар : Пресс-Имидж, 2014. – № 7. – С. 65–71.
79. Кармишева Р.Д. Мовленнєвий жанр "повідомлення" в засобах масової інформації (на матеріалі української та англійської мов) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17 / Роксолана Дамирівна Кармишева. – Львів, 2011. – 163 с.
80. Карпіловська Є.А. Вступ до прикладної лінгвістики : комп'ютерна лінгвістика : підручник / Євгенія Анатоліївна Карпіловська. – Донецьк : ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2006. – 188 с.
81. Кибрик А.А. О некоторых видах знаний в модели естественного диалога / А.А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 1991. – № 1. – С. 61–68.
82. Кийко Ю.Е. Жанровая палитра немецких и украинских печатных масс-медиа / Ю.Е. Кийко // Оралдын гылым жаршысы. – 2016. – № 28 (159). – С. 30–37.
83. Кійко С.В. Мовна і міжмовна омонімія в німецько-українських паралелях : лінгвосинергетичний аспект : дис. ... докт. філол. наук : 10.02.04, 10.02.15 / Кійко Світлана Василівна. – Чернівці, 2015. – 509 с.
84. Кійко Ю.Є. Контрастивний аналіз короткого повідомлення в синтаксично-кількісному аспекті / Ю.Є. Кійко // Науковий вісник Чернівецького університету. – Чернівці : ЧНУ, 2003. – Вип. 156 : Германська філологія. – С. 44–52.

85. Кійко Ю.Є. Контрастивний аналіз заголовків коротких повідомлень у синтаксично-кількісному аспекті / Ю.Є. Кійко // Матеріали міжвузівської наукової конференції молодих учених ["Актуальні дослідження іноземних мов і літератур"], (Донецьк, 13–14 лютого 2003 р.) / МОН України. – Донецьк : ДНУ, 2003. – С. 129–131.
86. Кійко Ю.Є. Текст як об'єкт міжмовного порівняння / Ю.Є. Кійко // Матеріали II Міжнародної наукової конференції [„Актуальні проблеми германської філології в Україні та Болонський процес“], (Чернівці, 20–21 квітня 2007 р.) / МОН України. – Чернівці : Книги-XXI, 2007. – С. 136–139.
87. Кійко Ю.Є. Лінгвістика тексту і її предмет у сучасному німецькомовному дискурсі / Ю.Є. Кійко // Нова філологія. – Запоріжжя : ЗНУ, 2007. – Вип. 26. – С. 244–248.
88. Кійко Ю.Є. Німецькі й українські друковані інтерв'ю у невербальному аспекті / Ю.Є. Кійко // Матеріали 6 міжвузівської конференції молодих учених ["Сучасні проблеми та перспективи дослідження романських і германських мов і літератур"], (Донецьк, 28–29 січня 2008 р.) / МОН України. – Донецьк : Норд Комп'ютер, 2008. – Т. 1. – С. 96–99.
89. Кійко Ю.Є. Німецькі й українські друковані інтерв'ю у стилістичному аспекті / Ю.Є. Кійко // Матеріали III міжнародної наукової конференції ["Актуальні проблеми германської філології"], (Чернівці, 10–12 квітня 2008 р.) / М-во освіти і науки України / МОН України. – Чернівці : Книги-XXI, 2008. – С. 137–140.
90. Кійко Ю.Є. До термінології текстової типології у сучасному німецькомовному дискурсі / Ю.Є. Кійко // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених ["Мовна комунікація і сучасні технології у форматі різнорівневих систем"], (Горлівка, 6 травня 2008 р.) / МОН України. – Горлівка : Вид-во ГДППМ, 2008. – Т. 1. – С. 98–101.
91. Кійко Ю.Є. Німецькі й українські інтерв'ю у лінгвокультурологічному аспекті / Ю.Є. Кійко // Збірник наукових праць 2-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих учених ["Сучасні проблеми

- лінгвістичних досліджень та навчання іноземних мов"]], (Хмельницький, 10–11 жовтня 2008 р.) / МОН України. – Хмельницький : ХНУ, 2008. – С. 68–70.
92. Кійко Ю.Є. Німецькі й українські інформаційні статті у зіставленні / Ю.Є. Кійко // Науковий вісник Чернівецького університету : збірник наукових праць. – Чернівці : ЧНУ, 2009. – Вип. 431: Германська філологія. – С. 47–60.
93. Кійко Ю.Є. Німецькі й українські інформаційні статті в стилістичному і невербальному аспектах / Ю.Є. Кійко // Науковий вісник Чернівецького університету : збірник наукових праць. – Чернівці : ЧНУ, 2009. – Вип. 441–443 : Германська філологія. – С. 40–44.
94. Кійко Ю.Є. Основи теоретичної граматики німецької мови / Ю.Є. Кійко, О.Д. Кудрявцева. – Чернівці : ЧНУ, 2009. – 184 с.
95. Кійко Ю.Є. Німецькі й українські кореспонденції у зіставленні / Ю.Є. Кійко // Науковий вісник. – Луцьк : Волинський нац. ун-т імені Лесі Українки, 2010. – № 8 : Філологічні науки. Мовознавство. – С. 265–272.
96. Кійко Ю.Є. Німецькі й українські інформаційні види текстів у зіставленні / Ю.Є. Кійко // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. – Чернівці : Книги–XXI, 2010. – Вип. 22 : Філологічні науки. – Том 1. – С. 188–192.
97. Кійко Ю.Є. Вираження темпоральності в різних жанрах німецького газетно-публіцистичного стилю / Ю.Є. Кійко // Матеріали I-ї Міжнародної наукової конференції ["Мова. Культура. Комунікація"], (Чернігів, 16 квітня 2010 р.) / МОН України. – Чернігів : Чернігівський нац. пед. ун-т ім. Т.Г. Шевченка, 2010. – С. 43–45.
98. Кійко Ю.Є. Німецькі й українські кореспонденції у стилістичному аспекті / Ю.Є. Кійко // Науковий вісник Чернівецького університету : зб. наук. праць. – Чернівці : ЧНУ, 2011. – Вип. 551–552 : Германська філологія. – С. 208–217.
99. Кійко Ю.Є. Німецький газетний коментар у синтаксично-кількісному аспекті / Ю.Є. Кійко // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. – Луганськ : ЛНУ, 2011. – № 16 (227) : Філологічні науки. – Ч. II. – С. 17–23.

100. Кійко Ю.Є. Інтернет-версії щоденних газет Berliner Zeitung і День у макро-структурному зіставленні / Ю.Є. Кійко // Materiály VII mezinárodní vědecko – praktická konference ["Vědecký průmysl evropského kontinentu – 2011"], (Praha, 27 listopadu – 05 prosinců 2011). – Praha : Publishing House "Education and Science" s.r.o., 2011. – Díl 18. Filologické vědy. – S. 18–21.
101. Кійко Ю.Є. Темпоральність німецьких і українських публіцистичних текстів: квантитативний аспект / Ю.Є. Кійко // Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції ["Проблеми та перспективи лінгвістичних досліджень в умовах глобалізаційних процесів"], (Тернопіль, 7–8 квітня 2011 р.) / МОН України. – Тернопіль : Економічна думка, 2011. – С. 55–57.
102. Кійко Ю.Є. Сучасна німецькомовна лінгвістична генологія : стан і перспективи розвитку / Ю.Є. Кійко // Науковий вісник Чернівецького університету : зб. наук. праць. – Чернівці : ЧНУ, 2012. – Вип. 595–596 : Германська філологія. – С. 161–174.
103. Кійко Ю.Є. Німецька й українська кореспонденції в інформаційному аспекті / Ю.Є. Кійко // Вісник Житомирського державного університету : науковий журнал. – Житомир : ЖДУ, 2012. – Вип. 62. – С. 76–81.
104. Кійко Ю.Є. Зовнішньополітичний дискурс у німецькій і українській публіцистиці в жанровому аспекті / Ю.Є. Кійко // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2012. – Вип. 29 : Філологічні науки. – Том 3. – С. 7–10
105. Кійко Ю.Є. Евідентність і епістемічна модальність у німецькому інформаційному дискурсі / Ю.Є. Кійко // Науковий вісник Чернівецького університету : зб. наук. праць. – Чернівці : ЧНУ, 2012. – Вип. 630–631 : Германська філологія. – С. 231–245.
106. Кійко Ю.Є. *Nomina propria* в німецькому й українському інформаційних зовнішньополітичних дискурсах / Ю.Є. Кійко // Слов'янський збірник : зб. наук. праць. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – Вип. 17. – Ч. 1. – С. 353–358.

107. Кійко Ю.Є. Жанрові особливості заголовків у німецькому й українському газетних дискурсах / Ю.Є. Кійко // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – Харків, 2013. – Вип. 74, № 1052. – С. 147–154. – (Серія "Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов").
108. Кійко Ю.Є. Жанрові особливості заголовка в німецькому газетному дискурсі / Ю.Є. Кійко // Матеріали за IX міжнародна научна практична конференція ["Будещите изследвания – 2013"], (Софія, 17–25 февруари 2013). – Софія : Бял ГРАД–БГ, 2013. – Том 19: Филологични науки. – С. 11–15.
109. Кійко Ю.Є. Deutsche und ukrainische Presstextsorten = Німецькі й українські публіцистичні жанри : навчальний посібник / Ю.Є. Кійко. – Чернівці : Видавничий дім "Родовід", 2014. – 148 с.
110. Кійко Ю.Є. Deutsche und ukrainische Textsorten im Alltags- und Universitätsleben = Німецькі й українські жанри в повсякденному і університетському житті : навчальний посібник / Ю.Є. Кійко. – Чернівці : Видавничий дім "Родовід", 2014. – 150 с.
111. Кійко Ю.Є. Мовна система з фрактальної перспективи / Ю.Є. Кійко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – Одеса, 2015. – № 16. – С. 117–120.
112. Кійко Ю.Є. Ситуативність як визначальний фактор будови сучасних медіатекстів / Ю.Є. Кійко // Здобутки та перспективи розвитку сучасного мовознавства : міжн. зб. наук. праць. – Київ : Вид-во "Політехніка", 2015. – С. 171–178.
113. Кійко Ю.Є. Інформаційна структура в лінгвістиці / Ю.Є. Кійко // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції ["І Таврійські філологічні читання"], (Херсон, 27–28 лютого 2015 р.) / МОН України. – Херсон : Видавничий дім "Гельветика", 2015. – С. 46–48.
114. Кійко Ю.Є. Німецько-українські паралелі в інформаційних жанрах : фрактальний підхід / Юрій Євгенович Кійко. – Чернівці : Видавничий дім "Родовід", 2016. – 392 с.

115. Кійко Ю.Є. Німецький і український медіаландшафти / Ю.Є. Кійко // Українська наука у європейському контексті. Німецько-українські наукові зв'язки : зб. наукових праць. – Мюнхен, 2016. – Том IX. – С. 384–389.
116. Кійко Ю.Є. Макроструктурні компоненти медіатексту / Ю.Є. Кійко // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. ["Філологічні науки: сучасні тенденції та фактори розвитку"], (Одеса, 29–30 січня 2016 р.) / МОН України. – Одеса : Південноукраїнська організація "Центр філологічних досліджень", 2016. – С. 101–104.
117. Клименко Н.Ф. Морфеміка слов'янських мов як об'єкт типологічного вивчення / Клименко Н.Ф., Карпіловська Є.А. // Мовознавство. – 1998. – № 2–3. – С. 117–135.
118. Князева А.А. Англоязычные прогностические тексты : структура, семантика, прагматика : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 "Германские языки" / А.А. Князева. – Самара, 2011. – 25 с.
119. Коваленко Н.М. Адресатність мовленнєвого жанру "коментар" (на матеріалі німецьких газет) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Н.М. Коваленко. – Донецьк, 2013. – 20 с.
120. Коваль Т.Л. Співвідношення понять "текст" і "дискурс" у сучасній лінгвістичній науці / Т.Л. Коваль // Філологічні трактати. – 2009. – № 1. – С. 54–58.
121. Козинцева Н.А. К вопросу о категории засвидетельствованности в русском языке : Косвенный источник информации / Н.А. Козинцева // Проблемы функциональной грамматики. Категории морфологии и синтаксиса в высказывании. – СПб. : Наука, 2000. – С. 226–240.
122. Козловская А.Б. Информационные блоки газетного сообщения о погоде / А.Б. Козловская // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – Харків, 2002. – № 567. – С. 339–344.

123. Козловский В.В. Предложения с конъюнктивом (структура, семантика, прагматика) : [монография] / Виктор Владимирович Козловский. – Черновцы : Рута, 1997. – 281 с.
124. Колегаева И.М. Текст как единица научной и художественной коммуникации / Ирина Михайловна Колегаева. – Одесса : Одесоблполиграфиздат, 1991. – 120 с.
125. Колегаєва І.М. Текст і мегатекст як члени єдиної комунікативної родини / І.М. Колегаєва // Лінгвістика ХХІ століття : нові дослідження і перспективи. – К. : Логос, 2012. – С. 170–178.
126. Коломієць О.М. Газетне синоптичне повідомлення як різновид тексту малого жанру як об'єкт вивчення сучасної лінгвістики / О.М. Коломієць // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. – 2013. – Вип. 204. – Т. 216. – С. 49–51. – (Серія Філологія. Мовознавство).
127. Коломієць О.М. Сучасні методи дослідження синоптичних текстів публіцистичного стилю / О.М. Коломієць // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2015. – Вип. 18. – Т. 2. – С. 113–116.
128. Колшанский Г.В. Соотношение субъективных и объективных факторов в языке / Геннадий Владимирович Колшанский. – 2-е изд. – М. : КомКнига, 2005. – 232 с.
129. Комарова З.И. Методология, метод, методика и технология научных исследований в лингвистике / Зоя Ивановна Комарова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта, Наука, 2013. – 820 с.
130. Компанцева Л.Ф. Інтернет-комунікація: когнітивно-прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.02 "Російська мова" / Л.Ф. Компанцева. – К., 2007. – 36 с.
131. Компьютерный корпус текстов современной русской газеты / А.А. Поликарпов, О.В. Кукушкина, В.И. Виноградова и др. // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – С. 319–333.

132. Корнейко І.В. Теорія жанру : теоретичні та прикладні аспекти : [монографія] / І.В. Корнейко, О.Б. Петрова, Н.О. Попова. – Х. : Друкарня Мадрид, 2014. – 127 с.
133. Корольова А.В. Комунікативи як національні маркери англійського й українського стилізованого розмовного мовлення / А.В. Корольова // Проблеми зіставної семантики : [зб. наук. пр.]. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2011. – Вип. 10. – Ч. II. – С. 155–160.
134. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) / Ілько Вакулович Корунець. – Вінниця : Нова Книга, 2001. – 448 с.
135. Косериу Е. Контрастивная лингвистика и перевод : их соотношение / Е. Косериу // Новое в зарубежной лингвистике. Переводы / сост. В.П. Нерознака. – М. : Прогресс, 1989. – Вып. 25. – С. 63–82.
136. Косиченко Е.Ф. Прецедентное имя как средство выражения субъективной оценки : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Елена Федоровна Косиченко. – М., 2006. – 224 с.
137. Костомаров В.Г. Тексты в масс-медиа / В.Г. Костомаров // Журналистика и культура русской речи. – 2004. – № 2. – С. 4–40.
138. Кочан І.М. Лінгвістичний аналіз тексту / Ірина Миколаївна Кочан. – К. : Знання, 2008. – 423 с.
139. Кочерган М.П. Основи зіставного мовознавства / Михайло Петрович Кочерган. – К. : Академія, 2006. – 424 с.
140. Кочерган М.П. Загальне мовознавство / Михайло Петрович Кочерган. – 3-є вид. – К. : Академія, 2010. – 464 с.
141. Красных В.В. Структура коммуникации в свете лингво-когнитивного подхода (коммуникативный акт, дискурс, текст) : дис. ... докт. филол. наук : 10.02.19 / Красных Валентина Владимировна. – М., 1999. – 188 с.
142. Кубрякова Е.С. Текст и его понимание / Е.С. Кубрякова // Русский текст. – 1994. – № 2. – С. 18–27.

143. Кубрякова Е.С. Виды пространств текста и дискурса / Е.С. Кубрякова, О.В. Александрова // Категоризация мира : пространства и время. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – С. 15–25.
144. Кубрякова Е.С. О тексте и критериях его определения. Текст. Структура и семантика / Е.С. Кубрякова. – М., 2001. – Т. 1. – С. 72–81.
145. Кузнецова Н.В. Публицистический текст. Лингвистический анализ / Н.В. Кузнецова, О.В. Трофимова. – М. : Флинта, Наука, 2010. – 304 с.
146. Кузьменко О.Ю. Комунікативна стратегія запиту інформації в англomовному інтерв'ю / О.Ю. Кузьменко // Вісник Житомирського державного університету. – Житомир : ЖДУ, 2015. – Вип. 2 (80) : Філологічні науки. – С. 249–253.
147. Кусько К.Я. Лінгвістика тексту та її когнітивний потенціал / К.Я. Кусько // Іноземна філологія. – Вип. 11. – 1999. – С. 98–102.
148. Кухаренко В.А. Интерпретация текста / Валерия Андреевна Кухаренко. – 3-е изд., испр. – Одесса : Латстар, 2002. – 292 с.
149. Кучеренко К.О. Взаємодія вербальних та невербальних засобів в друкованих газетних текстах та в газетах, розміщених в мережі Інтернет // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – Харків, 2000. – Вип. 500. – С. 277–280. – (Серія "Романо-германська філологія").
150. Кушнерик В.І. Фоносемантизм у германських і слов'янських мовах : діакронія та синхронія : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.17 "Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство" / В.І. Кушнерик. – К., 2010. – 36 с.
151. Лалаян Н.С. Порівняльна граматики німецької та української мов / Н.С. Лалаян, О.В. Подвойська. – Вінниця : Нова Книга, 2013. – 224 с.
152. Левицкий А.Е. Сравнительная типология русского и английского языка : учеб. пособие / А.Е. Левицкий, Л.Л. Славова. – 2-е изд., испр. и допол. – К. : Освіта України, 2007. – 272 с.
153. Левицкий В.В. Квантитативные методы в лингвистике / Віктор Васильевич Левицкий. – Вінниця : Нова Книга, 2007. – 264 с.

154. Левицкий В.В. Семасиология / Виктор Васильевич Левицкий. – [2-е изд., испр. и доп.]. – Винница : Нова Книга, 2012. – 680 с.
155. Левицкий Ю.А. Лингвистика текста / Юрий Анатольевич Левицкий. – М. : Высшая школа, 2006. – 207 с.
156. Леміш Н.Є. Комуникативно-прагматичні та структурно-семантичні характеристики каузального комплексу в сучасних германських, романських та слов'янських мовах : зіставно-типологічний аспект : дис. ... докт. філол. наук : 10.02.17 / Наталія Євгенівна Леміш. – Київ, 2015. – 627 с.
157. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд., доп. – М. : БРЭ, 2002. – 685 с.
158. Личковська О. Контент-аналіз текстів масової комунікації / О. Личковська. – О. : Астропринт, 2002. – 40 с.
159. Малюга Е.Н. Роль заголовков и подзаголовков в англо-американской прессе / Е.Н. Малюга // Язык. Сознание. Коммуникация : сб. статей / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. – М. : МАКС Пресс, 2002. – Вып. 21. – С. 129–138.
160. Манакин В.Н. Сопоставительная лексикология / Володимир Миколайович Манакин. – К. : Знання, 2004. – 326 с.
161. Манакин В.М. Деякі питання контрастивної лексикології слов'янських мов / В.М. Манакин // Мовознавство. – 2003. – № 4. – С. 26–37.
162. Мартемьянова Н.В. Символика личных имен в языке и переводе / Н.В. Мартемьянова // Материалы межвуз. конференции [Межкультурная коммуникация и перевод]. – М. : Институт языкознания РАН, 2002. – С. 152–155.
163. Мартынюк А.П. Разграничение дискурса и текста с позиций интеграционного подхода / А.П. Мартынюк // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2009. – № 866. – С. 49–54.
164. Матвеева С.А. Сайт як жанр Інтернет-комунікації (на матеріалі персональних сайтів учених) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.15 "Загальне мовознавство" / С.А. Матвеева. – Донецьк, 2006. – 20 с.

165. Материнська О.В. Меронімічні відношення в лексичній системі німецької та англійської мов : [монографія] / Олена Валеріївна Материнська. – Донецьк : Донбас, 2012. – 359 с.
166. Мацько Л.І. Стилїстика української мови / Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко, О.М. Мацько. – К. : Вища шк., 2003. – 462 с
167. Медіалінгвістика. Словник термінів і понять / Л.І. Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов ; за ред. Л.І. Шевченко. – Вид. 2-ге. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2014. – 380 с.
168. Методы анализа текста и дискурса : пер. с англ. / С. Тикер, М. Майер, Р. Водак, Е. Веттер. – Х. : Изд-во Гуманитарный Центр, 2009. – 356 с.
169. Микитів Г.В. Інтерпретація газетних заголовків у сучасному інформаційному просторі / Г.В. Микитів, Т.В. Попруга // Вісник Запорізького національного університету. – Запоріжжя, 2010. – № 1. – С. 233–237.
170. Мізін К.І. Людина в дзеркалі компаративної фразеології : [монографія] / Костянтин Іванович Мізін. – Кременчук : Щербатих О.В., 2011. – 448 с.
171. Мова сучасної масово-політичної інформації / за ред. І.К. Білодіда, Г.М. Колесника, М.М. Пилинського, В.М. Русанівського. – К. : Наукова думка, 1979. – 241 с.
172. Мовленнєві жанри в міжкультурній комунікації : [монографія] / Р. Помірко, Ф. Бацевич, А. Паславська та ін. – Львів : ПАІС, 2010. – 279 с.
173. Морозова І.Б. Парадигматичний аналіз структури і семантики елементарних комунікативних одиниць у світлі гештальт-теорії в сучасній англійській мові : [монографія] / Ірина Борисівна Морозова. – Одеса : Друкарський дім, 2009. – 384 с.
174. Москальская О.И. Грамматика текста / Ольга Ивановна Москальская. – М. : Высшая школа, 1981. – 183 с.
175. Москальчук Г.Г. Структура текста как синергетический процесс / Галина Григорьевна Москальчук. – [2-е изд.]. – М. : УРСС, 2010. – 296 с.

176. Надточій О. Жанрова специфіка коментаря на сторінках журналу "Український тиждень" / О. Надточій // Теле- та радіодурналістика. – 2013. – Вип. 12. – С. 148–153.
177. Науменко А.М. Філологічний аналіз тексту (основи лінгвопоетики) / Анатолій Максимович Науменко. – Вінниця : Нова Книга, 2005. – 416 с.
178. Негрышев А.А. Текст в перспективе стилистики и дискурс-анализа : к методологии исследования на материале новостного медиадискурса / А.А. Негрышев // Stylistyka. – 2014. – № XXIII. – S. 149–161.
179. Никифорова Ж.А. Проблема автономности заголовка в структуре гипертекста газетного номера / Ж.А. Никифорова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 11 (192). Филология. Искусствоведение. – Вып. 42. – С. 87–92.
180. Николаева Т.М. От звука к тексту / Татьяна Михайловна Николаева. – М. : Языки русской культуры, 2000. – 680 с.
181. Ніка О.І. Евіденційність як категорія модусу у староукраїнських текстах / О.І. Ніка // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика: Зб. наукових праць. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. – Вип. 18. – С. 51–59.
182. Німецько-українські мовні паралелі / за ред. проф. Ю.О. Жлуктенка. – К. : Вища школа, 1977. – 261 с.
183. Одинцов В.В. Стилистика текста / Виктор Васильевич Одинцов. – 5-е изд. – М. : URSS, 2014. – 264 с.
184. Онищенко І.В. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Російська мова" / І.В. Онищенко. – Дніпропетровськ, 2005. – 20 с.
185. Онуфрієнко Г.С. Фрактальна гармонія у фаховій термінології / Г.С. Онуфрієнко // Вісник Запорізького державного університету. – 2002. – № 2. – С. 1–4.

186. Папина А.Ф. Текст : его единицы и глобальные категории / Аза Феодосиевна Папина. – М. : УРСС, 2015. – 368 с.
187. Перебийніс В.І. Статистичні методи для лінгвістів / Валентина Ісидорівна Перебийніс. – Вінниця : Нова Книга, 2013. – 176 с.
188. Петлюченко Н.В. Харизматична особистість політичного лідера в просторі німецького та українського арелятивних дискурсів : зіставний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.17 "Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство" / Н.В. Петлюченко. – К., 2010. – 36 с.
189. Пещак М.М. Стиль ділових документів XIV ст. : структура текста / Марія Михайлівна Пещак. – К. : Наукова думка, 1979. – 266 с.
190. Пиотровский Р.Г. Лингвистический автомат и его речемышлительное обоснование / Райменд Генрихович Пиотровский. – Минск : МГЛУ, 1999. – 196 с.
191. Пиотровский Р.Г. Лингвистическая синергетика : исходные положения, первые результаты, перспективы / Райменд Генрихович Пиотровский. – СПб. : Филол. фак. С.-Петербур. гос. ун-та, 2006. – 160 с.
192. Пихтовникова Л.С. Лингвосинергетика : основы и очерк направлений : [монографія] / Лидия Сергеевна Пихтовникова. – Харьков : ХНУ им. В.Н. Каразина, 2012. – 180 с.
193. Плотникова С.Н. Фрактальность дискурса как новое лингвистическое понятие / С.Н. Плотникова // Вестник ИГЛУ. – 2011. – С. 126–134.
194. Плунгян В.А. Общая морфология / Владимир Александрович Плунгян. – М. : УРСС, 2000. – 384 с.
195. Покровская Е.А. Речевые жанры в диалоге культур / Е.А. Покровская, Н.В. Дудкина, Е.В. Кудинова. – Ростов н/Д : Foundation, 2011. – 200 с.
196. Пономаренко И.Н. Симметрия / асимметрия в лингвистике текста : дис. ... докт. філол. наук : 10.02.19 / Ирина Николаевна Пономаренко. – Краснодар, 2005. – 322 с.
197. Попова Е.А. Культурно-языковые характеристики политического дискурса (на материале газетных интервью) : автореф. дис. на соискание ученой степени

- канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германские языки" / Е.А. Попова. – Волгоград, 1995. – 19 с.
198. Пospelов Н.С. Мысли о русской грамматике : Избранные труды / Николай Семенович Пospelов. – Изд. 2-е. – М. : УРСС, 2010. – 184 с.
199. Потапенко С.И. Когнитивная риторика потребностей : стратегии построения англоязычных текстов новостей / С.И. Потапенко // Одеський лінгвістичний вісник. – 2013. – Вип. 2. – С. 126–137.
200. Потапенко С.И. Сопоставительная медиалингвистика: контрастивное изучение средств ориентирования адресата в СМИ / С.И. Потапенко // Вестник Московского университета. – 2013. – № 1. – С. 94–102. – (Сер. 19 : Лингвистика и межкультурная коммуникация).
201. Потапенко С.І. Сучасний англомовний медіа-дискурс : лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти : [монографія] / Сергій Іванович Потапенко. – Ніжин : Ніжин. держ. ун-т ім. М. Гоголя, 2009. – 391 с.
202. Почепцов Г.Г. Избранные труды по лингвистике : [монография] / сост., общ. ред. и вступ. статья И. Шевченко. – Винница: Нова Книга, 2013. – 560 с.
203. Приходько А.М. Дискурс і текст : загальне і часткове / А.М. Приходько // Наукові записки. – Кіровоград : РВВ КДПУ імені В. Винниченка, 2011. – Вип. 96 (1). – С. 263–268. – (Серія : Філологічні науки).
204. Провоторов В.И. Очерки по жанровой стилистике текста (на материале немецкого языка) / Валерий Иванович Провоторов. – 2-е изд., испр. – М. : НВИ-Тезаурус, 2003. – 139 с.
205. Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс / Юрий Евгеньевич Прохоров. – М. : Флинта, Наука, 2004. – 224 с.
206. Радзієвська Т.В. Текст як засіб комунікації / Тетяна Вадимівна Радзієвська. – К. : Вид-во НАН України, 1993. – 194 с.
207. Радзієвська Т.В. Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту. Текст – Соціум – Культура – Мовна особистість / Тетяна Вадимівна Радзієвська. – К. : ДП "Інформ.-аналіт. агентство", 2010. – 491 с.

208. Репина Е.А. Политический текст : психолингвистический анализ воздействия на электорат : [монография] / Екатерина Анатольевна Репина. – М. : ИНФА-М, 2012. – 91 с.
209. Реферовская Е.А. Коммуникативная структура текста / Елизавета Артуровна Реферовская. – Л. : Наука, 1989. – 165 с.
210. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода / Яков Иосифович Рецкер. – 2-е изд., стереотип. – М. : "Р. Валент", 2006. – 240 с.
211. Рудницька Н.М. Одночленні номінативні речення у німецьких газетних і журнальних текстах / Н.М. Рудницька // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк : ВНУ, 2011. – № 3. – Ч. 2. – С. 63–66.
212. Рябих Л.М. Лекція як жанр американського академічного дискурсу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Людмила Михайлівна Рябих. – Харків, 2014. – 264 с.
213. Садівничий В.О. Властивості, функції й типи заголовків у структурі та змісті публіцистики Миколи Данька / В.О. Садівничий // Вісник СумДУ. – Суми, 2007. – № 1. – Том 1. – С. 66–74. – (Серія "Філологія").
214. Саламатіна О.О. Мовленнєвий жанр "інтерв'ю" в сучасній німецькомовній та україномовній пресі : функціональні та прагматичні ознаки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.15 "Загальне мовознавство" / О.О. Саламатіна. – Одеса, 2011. – 20 с.
215. Саламатіна О.О. Стратегії і тактики респондента у сучасному німецькомовному та україномовному публіцистичному інтерв'ю / О.О. Саламатіна // Сучасні дослідження з іноземної філології : зб. наук. праць / відп. ред. М.П. Фабіан. – Ужгород : ПП "Аутдор-Шарк", 2015. – Вип. 13. – С. 175–184.
216. Сахарчук Л.І. Методологія комунікативних досліджень : [монографія] / Людмила Іллівна Сахарчук. – Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника, 2006. – 214 с.

217. Севбо И.П. Графическое представление синтаксических структур и стилистическая диагностика / Ирина Платоновна Севбо. – К. : Наукова думка, 1981. – 192 с.
218. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Елена Александровна Селиванова. – К. : Фитосоцицентр, 2002. – 336 с.
219. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с.
220. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти) : дис. ... доктора філол. наук : 10.01.08 / Катерина Степанівна Серажим. – К., 2003. – 443 с.
221. Серажим К.С. Інтерв'ю з політиком як типовий жанр актуалізації сучасного політичного дискурсу / К.С. Серажим // Українське журналістикознавство. – К., 2004. – С. 43–51.
222. Серажим К.С. Текстознавство : підручник / Катерина Степанівна Серажим. – 2-ге вид. – К. : Київський університет, 2012. – 528 с.
223. Симонов К.И. Фракталы в языковой материи : [монография] / Константин Иванович Симонов. – М. : Тезаурус, 2013. – 208 с.
224. Скороходько Э.Ф. Семантические сети и автоматическая обработка текста / Эдуард Федорович Скороходько. – К. : Наук. думка, 1983. – 217 с.
225. Славова Л.Л. Мовна особистість у сучасному американському та українському політичному дискурсі : дис. ... докт. філол. наук : 10.02.17 / Людмила Леонардівна Славова. – Київ, 2015. – 516 с.
226. Смуцинська І.В. Суб'єктивна модальність французької прози / Ирина Вікторівна Смуцинська. – К. : ВЦ "Київський університет", 2001. – 255 с.
227. Солганик Г.Я. Лексика газеты / Григорий Яковлевич Солганик. – М. : Высшая школа, 1981. – 112 с.
228. Солганик Г.Я. Стилистика текста / Григорий Яковлевич Солганик. – М. : Флинта, Наука, 1997. – 256 с.

229. Солдатова Ж.Г. Фичер как жанр в практике информационных агентств Украины / Ж.Г. Солдатова // Интеллектуальный потенциал XXI века : степени познания. – 2011. – № 6. – С. 41–46.
230. Солтис М.О. Структура, семантика та функціонування скорочень у німецькому газетному тексті : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / М.О. Солтис. – Львів, 2010. – 20 с.
231. Сосой О.А. Типология имен собственных в составе фразеологических единиц немецкого языка (на материале газетно-публицистических текстов) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Ольга Александровна Сосой. – Ярославль, 2002. – 142 с.
232. Статистичні параметри стилів / за ред. В.С. Перебийніс. – К. : Наукова думка, 1967. – 259 с.
233. Степанова М.А. Диалогичность коммуникации в жанре интервью в современной немецкой прессе : на материале журнала "Der Spiegel" : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Степанова Мария Алексеевна. – М., 2006. – 259 с.
234. Стернин И.А. Контрастивна лінгвістика : проблеми теорії і методик дослідження / Йосиф Абрамович Стернин. – М. : Восток–Запад, 2006. – 206 с.
235. Стеценко Н.М. Новинний медіатекст російськомовних ЗМІ України: семантика, структура, прагматика : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 "Російська мова" / Н.М. Стеценко. – К., 2014. – 19 с.
236. Ступак І.В. Структурно-семантичні та функціональні характеристики похідних каузативних дієслів у німецькій та українській мовах : монографія / Інна Валер'янівна Ступак. – Донецьк : ДонНУ, 2011. – 470 с.
237. Сухомлин В.В. Суб'єктивна модальність у сучасному німецькому публіцистичному дискурсі: семантичний і структурний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / В.В. Сухомлин. – К., 2011. – 20 с.

238. Талаш І.О. Часовий континуум публіцистичного дискурсу / І.О. Талаш // Лінгвістика і поетика тексту. Філологічні студії. – 2012. – Вип. 7. – Ч. 2. – С. 247–253.
239. Тарасенко В.В. Фрактальная семиотика : "слепые пятна", перипетии и узнавания / Владислав Валерьевич Тарасенко. – М. : Либроком, 2009. – 232 с.
240. Теория текста : [уч. пособие] / Ю.Н. Земская, И.Ю. Качесова, Л.М. Комиссарова, Н.В. Панченко, А.А. Чувакин. – М. : Флинта, Наука, 2010. – 132 с.
241. Теория функциональной грамматики : Темпоральность. Модальность / отв. ред. А.В. Бондарко. – Л. : Наука, 1990. – 263 с.
242. Тертычный А.А. Жанры периодической печати / Александр Алексеевич Тертычный. – М. : Аспект-пресс, 2000. – 312 с.
243. Ткачук В.М. Категорія суб'єктивної модальності / В.М. Ткачук / [наук. ред., передмова докт. філол. наук, проф. Загнітка А.П.]. – Тернопіль : Підручники й посібники, 2003. – 240 с.
244. Тулдава Ю. Проблемы и методы квантитативно-системного исследования лексики / Юхан Тулдава. – Таллин : Валгус, 1987. – 203 с.
245. Тураева З.Я. Лингвистика текста : Текст : Структура и семантика / Зинаида Яковлевна Тураева. – 3-е изд. – М. : УРСС, 2012. – 144 с.
246. Филиппов К.А. Лингвистика текста : [курс лекций] / Константин Анатольевич Филиппов. – СПб : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2003. – 336 с.
247. Фуко М. Слово и вещи. Археология гуманитарных наук / Мишель Фуко [Пер. с фр. В.П. Визгина, Н.С. Автономовой]. – М. : Прогресс, 1994. – 487 с.
248. Хакен Г. Синергетика : Иерархия неустойчивости в самоорганизующихся системах и устройствах / Герман Хакен. – М. : Мир, 1985. – 419 с.
249. Храковский В.С. Эвиденциальность, эпистемическая модальность, адмиративность / В.С. Храковский // Эвиденциальность в языках Европы и Азии. – СПб. : Наука, 2007. – С. 600–632.
250. Чемеркін С.Г. Публіцистичний стиль української мови в Інтернеті / С.Г. Чемеркін // Українознавство. – 2008. – № 4. – С. 220–224.

251. Чернявская В.Е. Лингвистика текста : поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность / Валерия Евгеньевна Чернявская. – М. : Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009. – 249 с.
252. Чернявская В.Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса / Валерия Евгеньевна Чернявская. – М. : ЛЕНАНД, 2014. – 200 с.
253. Шайкевич А.Я. Распределение слов в тексте и выделение семантических полей / А.Я. Шайкевич // Иностранные языки в высшей школе. – М. : Росвузиздат, 1963. – Вип. 3. – С. 14–26.
254. Шамаева Ю.Ю. Фрактальная семиотика языка эмоций : лингвокогнитивное измерение / Ю.Ю. Шамаева // Вісник ХНУ. – 2012. – № 1003. – С. 45–52.
255. Швейцер А.Д. Теория перевода : статус, проблемы, аспекты / Александр Давидович Швейцер. – М. : Наука, 1988. – 215 с.
256. Швейцер А.Д. Контрастивная стилистика. Газетно-публіцистический стиль в английском и русском языках / Александр Давидович Швейцер. – М. : РАН Ин. Языкознания, 1993. – 252 с.
257. Шевченко І.С. Дискурс и его категории / І.С. Шевченко // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – 2011. – № 973. – Вип. 68. – С. 6–12.
258. Шевченко Л.І. Медіалінгвістика в сучасній Україні : аналіз ситуації / Л.І. Шевченко // Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика. – К. : КНУ, 2013. – Вип. 23. – С. 3–12.
259. Шинкарук В.Д. Категорії модусу і диктуму у структурі речення : [монографія] / Василь Дмитрович Шинкарук. – Чернівці : Рута, 2002. – 272 с.
260. Шмелев Д.Н. Современный русский язык / Дмитрий Николаевич Шмелев. – Москва : Просвещение, 1977. – 335 с.
261. Шмелева Т.В. Жанроведение? Генристика? Генология? / Т.В. Шмелева // Речевое общение (Теоретические и прикладные аспекты речевого общения). – Красноярск, 2006. – № 8–9 (16–17). – С. 121–127.
262. Шостакович М.И. Журналист и его произведение / Марина Игоревна Шостакович. – М. : ТОО "Гендальд", 1998. – 96 с.

263. Штельмах М.Л. Інтерв'ю в системі жанрів сучасної україномовної комунікації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 "Українська мова" / М.Л. Штельмах. – К., 2008. – 20 с.
264. Щипицина Л.Ю. Дигитальные жанры : проблема дифференциации и критерии описания / Л.Ю. Щипицина // Коммуникация и конструирование социальных реальностей : сб. науч. статей / отв. ред. О.Г. Филатова. – СПб., 2006. – Ч. 1. – С. 377–389.
265. Щирова И.А. Текст в парадигмах современного гуманитарного знания / И.А. Щирова, Е.А. Гончарова. – СПб. : Книжный Дом, 2006. – 172 с.
266. Язык СМИ и политика / под ред. Г.Я. Солганика. – М. : Изд-во МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. – 952 с.
267. Якобсон Р.О. Шифтеры, глагольные категории и русский глагол / Р.О. Якобсон // Принципы типологического анализа языков различного строя. – М. : Наука, 1972. – С. 95–113.
268. Яхонтова Т.В. Лінгвістична генологія наукової комунікації : [монографія] / Тетяна Вадимівна Яхонтова. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2009. – 420 с.
269. Яхонтова Т.В. Жанрові характеристики сучасного англomовного наукового журналу / Т.В. Яхонтова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – Одеса, 2014. – № 10. – Т. 1. – С. 213–217. – (Серія "Філологія").
270. Яхонтова Т.В. Лінгвогенологія сучасної науки (на матеріалі англomовних текстів) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук. : 10.02.04 "Германські мови" / Т.В. Яхонтова. – К., 2014. – 38 с.
271. Abraham W. Die Urmasse von Modalität und ihre Ausgliederung. Modalität anhand von Modalverben, Modalpartikel und Modus / W. Abraham // Modalität: Epistemik und Evidentialität bei Modalverb, Adverb, Modalpartikel und Modus / Hrsg. von W. Abraham und E. Leiss. – Tübingen : Stauffenburg, 2009. – S. 251–302.
272. Adachi-Bähr S. Kontrastive Analyse von Gliederungsprinzipien in argumentativen schriftlichen Texten im Deutschen und Japanischen: am Beispiel

- der Textsorte Leitartikel / Kommentare / S. Adachi-Bähr. – Mannheim : Institut für Deutsche Sprache, 2006. – 341 S.
273. Adamzik K. Textsorten – Texttypologie : eine kommentierte Bibliographie / Kirsten Adamzik. – Münster : Nodus Publ., 1995. – 301 S.
274. Adamzik K. Methodische Probleme kontrastiver Textsortenstudien / K. Adamzik // Darstellungsformen der Wissenschaften im Kontrast / Hrsg. von L. Danneberg, J. Niederhauer. – Tübingen : Narr, 1998. – S.103–130.
275. Adamzik K. Die Zukunft der Text(sorten)linguistik / Textsortennetze, Textsortenfelder, Textsorten im Verbund / K. Adamzik // Zur Kulturspezifität von Textsorten / Hrsg. von U. Fix. – Tübingen : Stauffenburg, 2001. – S. 15–30.
276. Adamzik K. Grundfragen einer kontrastiven Textologie / K. Adamzik // Kontrastive Textologie / Hrsg. von K. Adamzik. – Tübingen : Stauffenburg, 2001. – S. 13–48.
277. Adamzik K. Textlinguistik / Kirsten Adamzik. – Tübingen : Niemeyer, 2004. – 176 S.
278. Adamzik K. Textsortennetze / K. Adamzik // Textsorten, Handlungen, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation / Hrsg. von St. Habscheid. – Berlin, Boston : de Gruyter, 2011. – S. 367–385.
279. Agricola E. Textstruktur – Textanalyse – Informationskern / Erhard Agricola. – Leipzig : Verlag Enzyklopädie, 1979. – 109 S.
280. Aikhenvald A.Y. Evidentiality / Alexandra Y. Aikhenvald. – Oxford : Oxford University press, 2004. – 452 p.
281. Altmann G. Prolegomena to Menzerath's Law / G. Altmann // Glottometrika. – 1980. – Nr. 1. – S. 1–10.
282. Anderson L.B. Evidentials, Paths of Change, and Mental Maps: Typologically Regular Asymmetries / L.B.Anderson // Evidentiality: The Linguistic Coding of Epistemology / Ed. by W. Chafe, J. Nichols. – Norwood, N.J. : Ablex, 1986. – P. 273–312.
283. Androutsopoulos J. Medienlinguistik : Sprachwissenschaftliche Zugänge zur Medienanalyse / Jannis Androutsopoulos. – Tübingen : Narr, 2013. – 300 S.

284. Antos G. Sprache und Bild im massenmedialen Text : Formen, Funktionen und Perspektiven im deutschen und polnischen Kommunikationsraum / Gerd Antos. – Wrocław : ATUT; Dresden : Neisse Verlag, 2014. – 302 S.
285. Anttila H. Prädikate und Satzmodelle in Zeitungstexten: ein Beitrag zur historischen Syntax des Deutschen, gezeigt an der Leipziger Zeitung 1660–1914 / Harry Anttila. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 1997. – 569 S.
286. Arntz R. Überlegungen zur Methodik einer "Kontrastiven Textologie" / R. Arntz // Übersetzungswissenschaft: Ergebnisse und Perspektiven / Hrsg. von R. Arntz und G. Thome. – Tübingen : Narr, 1990. – S. 393–404.
287. Austin J.L. How to do things with words / J.L. Austin. – 2-nd ed. – Cambridge : Harvard Univ. Press, 2003. – 168 p.
288. Auwera van der J. Modality's semantic map / J. van der Auwera, V.A. Plungian // Linguistic Typology. – 1988. – 2. – P. 79–124.
289. Baeriswyl O. Gewissheitsgrade in Zeitungstexten / Othmar Baeriswyl. – Freiburg : Universitätsverlag, 1989. – 310 S.
290. Barnes J. Evidentials in the Tuyuca verb / J. Barnes // International Journal of American Linguistics. – 1984. – 50. – P. 255–271.
291. Barniškienė S. Textlinguistische Untersuchungen : Textsemantik, Textfunktionen, Referenz und Deixis im Text / Sigita Barniškienė. – Berlin : SAXA, 2013. – 141 S.
292. Bausch K.-R. Interlinguistica. Sprachvergleich und Übersetzen. Festschrift zum 60. Geburtstag von M. Wandruszka / Hrsg. von K.R. Bausch, H.-M. Gauger. – Tübingen : Niemeyer, 1971. – 740 S.
293. Beaugrande de R.-A. Einführung in die Textlinguistik / R.-A. de Beaugrande, W.U. Dressler. – Tübingen : Niemeyer, 1981. – 290 S.
294. Beiträge zu einer russisch-deutschen kontrastiven Grammatik / Hrsg. von W. Gladrow. – Frankfurt a.M. : Lang, 2001. – 201 S.
295. Bense M. Theorie der Texte : eine Einführung in neuere Auffassungen und Methoden / Max Bense. – Berlin : Weidler, 2006. – 178 S.

296. Biere B.U. Zur Konstitution von Presstexten / B.U. Biere // Sprache in den Medien nach 1945 / Hrsg. von B.U. Biere, H. Henne. – Tübingen : Niemeyer, 1993. – S. 56–86.
297. Bilut-Homplewicz Z. Gedanken und Thesen zur textlinguistisch geprägten germanistischen Diskurslinguistik / Z. Bilut-Homplewicz // Textlinguistik als Querschnittsdisziplin / Hrsg. von Z. Berdychowska u.a. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2013. – S. 129–148.
298. Bircen M. Discovering Pattern in Mathematics and Poetry / M. Bircen, A.C. Coon. – Amsterdam, New York : Rodopi, 2008. – 213 p.
299. Bittner J. Digitalität, Sprache, Kommunikation / Johannes Bittner. – Berlin : Schmidt, 2003. – 323 S.
300. Blank A. Einführung in die lexikalische Semantik / Andreas Blank. – Tübingen : Niemeyer, 2001. – 155 S.
301. Blumenthal P. Sprachvergleich Französisch-Deutsch / P. Blumenthal. – 2. Aufl. – Tübingen : Niemeyer, 1997. – 141 S.
302. Boas F. Kwakiutl grammar. With a glossary of suffixes / F. Boas // Transactions of the American Philological Society / Ed. by H. Boas Yampolsky [With the collaboration of Z.S. Harris]. – Philadelphia : American Philological Society, 1947. – Vol. 37. – P. 201–377.
303. Brand W. Zeitungssprache heute : Überschriften / W. Brand // Aspekte der Textlinguistik / Hrsg. von K. Brinker. – Hildesheim, Zürich, New York : Georg Olms, 1991. – S. 213–244.
304. Brauchen wir einen neuen Textbegriff? / Hrsg. von U. Fix u.a. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2002. – 192 S.
305. Braun Chr. Zur Sprache der Freimaurerei : eine textsortenspezifische und lexikalisch-semantische Untersuchung / Christian Braun. – Berlin : Weidler, 2004. – 584 S.
306. Breckle M. Redewiedergabe in Kurzmeldungen / M. Breckle // Mit Wörtern bewegen. Festschrift für Mariann Skog-Södersved zum 60. Geburtstag / Hrsg. von

- N. Enell-Nilsson, B. Faber, H. Nikula. – Vaasa : Universität Vaasa, 2013. – S. 1–12. (Acta Wasaensia 278, Sprachwissenschaft 45).
307. Brinker K. Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden / K. Brinker, H. Cölfen, St. Pappert. – 8. neu bearb. und erw. Aufl. – Berlin : Schmidt, 2014. – 188 S.
308. Brinkmann H. Die deutsche Sprache : Gestalt und Leistung / Henning Brinkmann. – 2., neubearb. und erw. Aufl. – Düsseldorf : Schwann, 1973. – 939 S.
309. Bubenhofer N. Zur grammatischen Oberflächenstruktur von Kommentaren. Eine korpuslinguistische Analyse typischer Sprachgebrauchsmuster im kontrastiven Vergleich / N. Bubenhofer, C. Spiess // Presstextsorten jenseits der "News" : medienlinguistische Perspektiven auf journalistische Kreativität / Hrsg. von Chr. Grösslinger u.a. – Frankfurt am Main u.a. : Lang, 2012. – S. 85–106.
310. Bucher H.-J. Pressekommunikation / Hans-Jürgen Bucher. – Tübingen : Niemeyer, 1986. – 240 S.
311. Bucher H.-J. Mediensprache, Medienkommunikation, Medienkritik / H.-J. Bucher, E. Straßner. – Tübingen : Narr, 1991. – 240 S.
312. Bucher H.-J. Textdesign – Zaubermittel der Verständlichkeit? Die Tageszeitung auf dem Weg zum interaktiven Medium / H.-J. Bucher // Textstrukturen in Medienwandel / Hrsg. von W.B. Hess-Lüttich. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 1996. – S. 31–60.
313. Bucher H.-J. Sprachwissenschaftliche Methoden der Medienforschung / H.-J. Bucher // Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. Bd. 15.1 / Hrsg. von J.-F. Leonhard u.a. – Berlin, New York : de Gruyter, 1999. – S. 213–231.
314. Burger H. Sprache der Massenmedien / Harald Burger. – Berlin, New York : de Gruyter, 1990. – 388 S.
315. Burger H. Mediensprache : eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien / H. Burger und M. Luginbühl. – 4., neu bearb. und erw. Aufl. – Berlin [u.a.] : de Gruyter, 2014. – 532 S.

316. Busch A. Germanistische Linguistik : eine Einführung / A. Busch, O. Stenschke. – 3., überarb. und erw. Aufl. – Tübingen : Narr, 2014. – 263 S.
317. Busch-Lauer I.-A. Fachtexte im Kontrast : eine linguistische Analyse zu den Kommunikationsbereichen Medizin und Linguistik / Ines-Andrea Busch-Lauer. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2001. – 528 S.
318. Busse D. Textinterpretation. Sprachtheoretische Grundlagen einer explikativen Semantik / Dietrich Busse. – Opladen : Westdeutscher Verlag, 1992. – 251 S.
319. Bußmann H. Lexikon der Sprachwissenschaft / Hadumod Bußmann. – 4. Aufl. – Stuttgart : Kröner, 2008. – 860 S.
320. Bybee J. The Evolution of Grammar. Tense, Aspect and Modality in the Languages of the World / J. Bybee, R. Perkins, W. Pagliuca. – Chicago : University of Chicago Press, 1994. – 398 p.
321. Carlsson M. Deutsch und Schwedisch im Kontrast : zur Distribution nominaler und verbaler Ausdrucksweise in Zeitungstexten / Maria Carlsson. – Göteborg : Acta Univ. Gothoburgensis, 2004. – 190 S.
322. Chafe W. Evidentiality in English conversation and academic writing / W. Chafe // Evidentiality: The Linguistic Coding of Epistemology / W. Chafe, J. Nichols (eds.). – Norwood : Ablex Publishing Corporation, 1986. – P. 261–272.
323. Chafe W. Cognitive constraints on information flow / W. Chafe // Coherence and Grounding in Discourse / R. Tomlin (ed.). – Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins, 1987. – P. 21–51.
324. Chen Q. Text und Kultur : eine kommunikative Gattungsanalyse der deutschen und chinesischen Todesanzeigen / Qi Chen. – Bern [u.a.] : Lang, 2013. – 286 S.
325. Chung S. Tense, Aspect, and Mood / S. Chung, A. Timberlake // Language Typology and Syntactic Description / T. Shopen (ed.). – Cambridge : Cambridge University Press, 1985. – Vol. III : Grammatical Categories and the Lexicon. – P. 202–207.
326. Clyne M. Pragmatik, Textstruktur und kulturelle Werte. Eine interkulturelle Perspektive / M. Clyne // Fachtextpragmatik / Hrsg. von H. Schröder. – Tübingen : Narr, 1993. – S. 3–18.

327. Corpus-based approaches to Contrastive Linguistics and Translation Studies / Ed. by S. Granger, J. Lerot, S. Petch-Tyson. – Amsterdam, New York : Rodopi, 2003. – 219 p.
328. Coseriu E. Textlinguistik : eine Einführung / Eugenio Coseriu. – 4. unveränd. Aufl. – Tübingen : Narr, 2007. – 252 S.
329. Daneš F. Zur linguistischen Analyse der Textstruktur / F. Daneš // Folia Linguistica. – 1970. – 4. – S. 72–78.
330. Diewald G.M. Deixis und Textsorten im Deutschen / Gabriele Maria Diewald. – Tübingen : Niemeyer, 1991. – 435 S.
331. Diewald G. Die Modalverben im Deutschen. Grammatikalisierung und Polyfunktionalität / Gabriella Diewald. – Tübingen : Niemeyer, 1999. – 464 S.
332. Diewald G. Faktizität und Evidentialität: Semantische Differenzierungen bei den Modal- und Modalitätsverben Polyfunktionalität / G. Diewald // Tempus / Temporalität und Modus / Modalität im Sprachvergleich / O. Leirburkt (ed.). – Tübingen : Stauffenburg, 2004. – S. 231–256.
333. Diewald G. Abgrenzung von Modalität und Evidentialität im heutigen Deutsch / G. Diewald, E. Smirnova // Modalität / Temporalität in kontrastiver und typologischer Sicht // A. Kaṭny & A. Socka (Hg.). – Frankfurt a.M. : Lang, 2010. – S. 113–131.
334. Die Wirklichkeit der Medien : eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft / Hrsg. von K. Merten, S.J. Schmidt, S. Weischenberg. – Opladen : Westdt. Verlag, 1994. – 689 S.
335. Die Zeitung. Ein Handbuch / Hrsg. von P. Brand, V. Schulze. – Frankfurt a.M. : IMK, 1993. – 212 S.
336. Dijk van T.A. Textwissenschaft. Eine interdisziplinäre Einführung / Teun A. van Dijk. – Tübingen : Niemeyer, 1980. – 284 S.
337. Dimter M. Textklassenkonzepte heutiger Alltagssprache. Kommunikationssituation, Textfunktion und Textinhalt als Kategorien alltagssprachlicher Textklassifikation / Matthias Dimter. – Tübingen : Narr, 1981. – 144 S.

338. Dirks U. Decamouflieren und Adaptieren von politischen Spin. Ein Presstextvergleich deutscher und US-amerikanischer Aufmacher zum Irak-Konflikt / U. Dirks / Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press / Hrsg. von H. Lenk, A. Chesterman. – Hildesheim, Zürich, New York : Georg Olms, 2005. – S. 35–57.
339. Dittmar H. Das Interview / H. Dittmar // Journalismus. Schriftenreihe des Deutschen Instituts für publizistische Bildungsarbeit / Hrsg. von E. Dovifat und K. Bringmann. – Düsseldorf : Rheinisch Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft, 1961. – S. 70–85.
340. Dobrosklonskaya T. Media linguistics: a new paradigm i the study of media language / T. Dobrosklonskaya // Mediensprache und Medienkommunikation im interdisziplinären und interkulturellen Vergleich / Hrsg. von M. Volodina. – Mannheim : IDS, 2013. – S. 37–47.
341. Donsbach W. Selektive Zuwendung zu Medieninhalten. Einflußfaktoren auf die Auswahlentscheidungen der Rezipienten / W. Donsbach // Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde / Hrsg. von M. Kaase und W. Schulz. – Opladen, Wiesbaden : Westdeutscher Verlag, 1989. – S. 392–405.
342. Dovifat E. Zeitungslehre / Emil Dovifat. – 6. neubearbeit. Auflage. – Berlin, New York : de Gruyter, 1976. – 2 Bde. – 215 S., 285 S.
343. Dressler K.H. Erinnern und Verstehen von Massenmedien. Empirische Untersuchungen zur Text-Bild-Schere / K.H. Dressler. – Wien : WUV-Universitätsverlag, 1997. – 246 S.
344. Dressler W. Einführung in die Textlinguistik / Wolfgang Dressler. – 2. Aufl. – Tübingen : Niemeyer, 1973. – 136 S.
345. Drewnowska-Vargáné E. Fokussierung `harter Nachrichten` in deutsch-, polnisch- und ungarischsprachigen journalistischen Diskursgemeinschaften / E. Drewnowska-Vargáné // Sprachreport. – 2000. – Nr. 4. – S. 13–19.
346. Drewnowska-Vargáné E. Argumentative Strukturen und Strategien in Presseinterviews: Beiträge deutsch-, polnisch- und ungarischsprachiger Interviewer im

- Vergleich (Teil I) / E. Drewnowska-Vargáné // Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung. – 2001. – Nr. 39. – S. 25–46.
347. Drewnowska-Vargáné E. Deutsch-, polnisch- und ungarischsprachige Presse-Interviews / E. Drewnowska-Vargáné // Semantische Aspekte öffentlicher Kommunikation / Hrsg. von I. Pohl. – Frankfurt a.M. : Lang, 2002. – S. 231–266.
348. Drewnowska-Vargáné E. Pressediskurse im Kontrast : Paralleltextanalysen zum Deutschen, Polnischen und Ungarischen / Ewa Drewnowska-Vargáné. – Landau in der Pfalz : Verlag Empirische Pädagogik, 2015. – 624 S.
349. Duden – Deutsches Universalwörterbuch. – 6. Aufl. – Mannheim [u.a.] : Bibliographisches Institut, 2006. – 2016 S.
350. Duden. Die Grammatik / Hrsg. von der Dudenredaktion. – 8., überarb. Aufl. – Mannheim [u.a.] : Dudenverl., 2009. – 1343 S.
351. Eckkrammer E.M. Are Texts of Daily Use Really useful? A Contrastive Analysis of Text-Creation Strategies in German and Portuguese Patient Package Inserts / E.M. Eckkrammer // Multilingualism in Specialist Communication. Proceedings of the 10-th European LSP Symposium, (Vienna, 29. Aug. – 1. Sept. 1995). – Wien : Termnet, 1995. – Bd. 1. – S. 183–204.
352. Eckkrammer E.M. Die Todesanzeige als Spiegel kultureller Konventionen. Eine kontrastive Studie deutscher, englischer, französischer, spanischer, italienischer und portugiesischer Todesanzeigen / E.M. Eckkrammer, S. Divis-Kastberger. – Bonn : Romanischer Verlag, 1996. – 183 S.
353. Ehlich K. Zum Textbegriff / Konrad Ehlich // Text – Textsorte – Semantik. Linguistische Modelle und maschinelle Verfahren / Hrsg. von A. Rothkegel u.a. – Hamburg : Buske, 1984. – S. 9–25.
354. Einführung in die konfrontative Linguistik / Von einem Autorenkollektiv unter der Leitung von R. Sternemann. – Leipzig: VEB Verlag, 1983. – 147 S.
355. Engberg J. Konventionen und Fachtextsorten / Jan Engberg. – Tübingen : Narr, 1997. – 203 S.
356. Ernst P. Germanische Sprachwissenschaft / Peter Ernst. – Wien : Facultas, 2004. – 302 S.

357. Eroms H.-W. Fraktale Erzählweise in Walter Kempowskis Tagebüchern / H.-W. Eroms // *Gesprochen – geschrieben – gedichtet. Variation und Transformation von Sprache* / Hrsg. von M. Dannerer u.a. – Berlin : Schmidt, 2009. – S. 89–102.
358. Eroms H.-W. Fraktale Texte. Selbstähnliche Texte als Bausteine / H.-W. Eroms // *Zugänge zum Text* / Hrsg. von P. Bassola u.a. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2014. – S. 101–126.
359. Fachliche Textsorten. Komponenten – Relationen – Strategien / Hrsg. von H. Kalverkämper u. K.-D. Baumann. – Tübingen : Narr, 1996. – 828 S.
360. Fandrych Chr. Textsorten im Deutschen: linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht / Chr. Fandrych, M. Thurmair. – Tübingen : Stauffenburg, 2011. – 379 S.
361. Fasel Chr. Textsorten / Christoph Fasel. – 2., überarb. Aufl. – Konstanz, München : UVK, 2013. – 142 S.
362. Fehlerlinguistik : Beiträge zum Problem der sprachlichen Abweichung / Hrsg. von D. Cherubim – Tübingen : Niemeyer, 1980. – 306 S.
363. Fehr-Buchter C. Linguistisches Profil zweier Schweizer Tageszeitungen / Claudine Fehr-Buchter. – Bern [u.a.] : Lang, 1994. – 288 S.
364. Feigs W. Textsorten in interkultureller Perspektive – deutsch-norwegischer Kontrast / W. Feigs // *Textsorten/Textmuster in der Sprech- und Sprachkommunikation* / Hrsg. von R. Mackeldey. – Leipzig : Universität Leipzig, 1991. – S. 44–52.
365. Feilke H. Die pragmatische Wende in der Textlinguistik / H. Feilke // *Text- und Gesprächslinguistik. HSK-Bd. 16.1* / Hrsg. von K. Brinker u.a. – Berlin, New York : de Gruyter, 2000. – S. 64–82.
366. Fix U. Fraktale Narration. Eine semiotisch-textlinguistische Analyse / U. Fix // *Medientheorien und Multimedialität. Ein TV-Werbepot – Sieben methodische Beschreibungsansätze* / Hrsg. von J.G. Schneider u.a. – Köln : Herbert von Halem, 2011. – S. 70–87.
367. Fleischer W. Zum Verhältnis von Name und Appellativum im Deutschen / W. Fleischer // *Wissenschaftliche Zeitschrift der Karl-Marx-Universität Leipzig*. – 1964. – 13. – S. 369–378.

368. Fleischer W. Stilistik der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer, G. Michel, G. Starke. – Frankfurt a.M. : Lang, 1996. – 341 S.
369. Franke W. Texttypen – Textsorten – Textexemplare. Ein Ansatz zu ihrer Klassifikation und Beschreibung / W. Franke // Zeitschrift für Germanistische Linguistik. – 1987. – Nr. 15. – S. 263–281.
370. Fries N. The bigger the better. Zur Sprach- und Kulturspezifität von Texten / N. Fries // Texte – Gegenstände germanistischer Forschung und Lehre / Hrsg. von F. Grucza. – Warschau, 2006. – S. 129–142.
371. Gabelentz von der G. Ideen zu einer vergleichenden Syntax – Wort- und Satzstellung / Georg von der Gabelentz // Zeitschrift für Völkerpsychologie und Sprachwissenschaft. – 1868. – Nr. 6. – S. 376–384.
372. Galtung J. Struktur, Kultur und intellektueller Stil. Ein vergleichender Essay über saxonische, teutonische, gallische und nipponische Wissenschaft / J. Galtung // Das Fremde und das Eigene. Prolegomena zu einer interkulturellen Germanistik / Hrsg. von A. Wierlacher. – München : Iudicium, 1985. – S. 151–193.
373. Gansel Chr. Textlinguistik und Textgrammatik / Chr. Gansel, F. Jürgens. – Wiesbaden : Westdeutscher Verlag, 2002. – 249 S.
374. Gansel Chr. Textsortenlinguistik / Christina Gansel. – Göttingen : Vandenhoeck und Ruprecht, 2011. – 128 S.
375. Gläser R. Substitution von Eigennamen in britischen und amerikanischen Presstexten / R. Gläser // Studia Onomastica. – 1990. – VI, Beiheft 13/14. – S. 87–95.
376. Gläser R. "Methodische Konzepte für das Tertium Comparationis in der Fachsprachenforschung" dargestellt an anglistischen und nordistischen Arbeiten / R. Gläser // Kontrastive Fachtextforschung. Hrsg. von D. Baumann und H. Kalverkämper. – Tübingen : Narr, 1992. – S. 78–92.
377. Göpferich S. Textsorten in Naturwissenschaften und Technik. Pragmatische Typologie – Kontrastierung – Translation / Susanne Göpferich. – Tübingen : Narr, 1995. – 521 S.

378. Göpferich S. Text competence and academic multiliteracy : from text linguistics to literacy development / Susanne Göpferich. – Tübingen : Narr, 2015. – 299 p.
379. Götzeler Chr. Anglizismen in der Presssprache : Alte und neue Bundesländer im Vergleich / Christiane Götzeler. – Bremen : Hempen, 2008. – 417 S.
380. Graefen G. Wissenschaftstexte im Vergleich. Deutsche Autoren auf Abwegen? / G. Graefen // Texte und Diskurse. Methoden und Forschungsergebnisse der Funktionalen Pragmatik / Hrsg. von G. Brüner, G. Graefen. – Opladen : Westdeutscher Verlag, 1994. – S. 136–157.
381. Grocz B. Attention, Intentions, and the Structure of Discourse / B. Grocz, A. Joshi, S. Weinstein // Computational Linguistics 21. – 1995. – Nr. 2. – S. 203–226.
382. Große E.U. Text und Kommunikation: eine linguistische Einführung in die Funktionen der Texte / Ernst Ulrich Große. – Stuttgart : Kohlhammer, 1976. – 164 S.
383. Gülich E. Linguistische Textmodelle / E. Gülich, W. Raible. – München : Wilhelm Fink, 1977. – 353 S.
384. Gyger M. Namen-Funktion im historischen Wandel : Beobachtungen zum Gebrauch von Personennamen in Presstexten aus den Jahren 1865 bis 1981 / Mathilde Gyger. – Heidelberg : Winter, 1991. – 244 S.
385. Haan de F. Evidentiality and epistemic modality. Setting boundaries / F. de Haan // Southwest Journal of Linguistics. – 1999. – No. 18. – P. 83–101.
386. Habscheid St. Text und Diskurs / Stephan Habscheid. – Paderborn : Wilhelm Fink, 2009. – 122 S.
387. Hackl-Rößler S. Textstruktur und Textdesign. Textlinguistische Untersuchungen zur sprachlichen und optischen Gestaltung weicher Zeitungsnachrichten / Sabine Hackl-Rößler. – Tübingen : Narr, 2006. – 225 S.
388. Haller M. Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten / Michael Haller. – Konstanz : UVK Medien, 1997. – 421 S.
389. Halliday M.A.K. Notes on transitivity and theme in English / M.A.K. Halliday // Journal of Linguistics. – 1967. – 3, Part 2. – S. 199–244.

390. Halliday M.A.K. Cohesion in English / M.A.K. Halliday, R. Hasan. – 18. ed. – Harlow [u.a.] : Longman, 2002. – 374 p.
391. Harris Z. Discourse Analysis [dt. Übers.] / Z.S. Harris // Textlinguistik. Wege der Forschung / Hrsg. von W. Dressler. – Darmstadt : Wiss. Buchgesellschaft, 1978. – Bd. 427. – S. 24–78.
392. Hartmann P. Texte als linguistisches Objekt / P. Hartmann // Beiträge zur Textlinguistik / Hrsg. von W.D. Stempel. – München : Wilhelm Fink, 1971. – S. 8–30.
393. Hartmann R.R.K. Contrastive Textology. Comparative Discourse Analysis in Applied Linguistics / R.R.K. Hartmann. – Heidelberg : Julius Groos, 1980. – 125 p.
394. Hartung W. Text und Perspektive. Elemente einer konstruktivistischen Textauffassung / W. Hartung // Die Zukunft der Textlinguistik. Traditionen, Transformationen, Trends / Hrsg. von G. Antos, H. Tietz. – Tübingen : Niemeyer, 1997. – S. 13–25.
395. Harweg R. Pronomina und Textkonstitution / Ronald Harweg. – München : Wilhelm Fink, 1979. – 392 S.
396. Hausendorf H. Textlinguistik fürs Examen / H. Hausendorf, W. Kesselheim. – Göttingen : Vandenhoeck und Ruprecht, 2008. – 251 S.
397. Hauser St. Zum Problem des Vergleichens von Medientexten aus kulturkontrastiver Perspektive / St. Hauser // MedienTextKultur. Linguistische Beiträge zur kontrastiven Medienanalyse / Hrsg. von M. Luginbühl, St. Hauser. – Landau : Empirische Pädagogik, 2010. – S. 149–178.
398. Häusermann J. Medienproduktion – Medienanalyse. Ein Textmodell für die Praxis / J. Häusermann // Mediensprache und Medienkommunikation im interdisziplinären und interkulturellen Vergleich / Hrsg. von M. Volodina. – Mannheim : IDS, 2013. – S. 65–72.
399. Heinemann M. Grundlagen der Textlinguistik : Interaktion – Text – Diskurs / M. Heinemann, W. Heinemann. – Tübingen : Niemeyer, 2002. – 281 S.
400. Heinemann W. Textlinguistik. Eine Einführung / H. Heinemann, D. Viehweger. – Tübingen : Narr, 1991. – 310 S.

401. Heinemann W. Aspekte der Textsortendifferenzierung / W. Heinemann // Text- und Gesprächslinguistik. HSK-Bd. 16.1 / Hrsg. von K. Brinker u.a. – Berlin, New York : de Gruyter, 2000. – S. 523–545.
402. Heinemann W. Textlinguistik versus Diskurslinguistik / W. Heinemann // Moderne deutsche Texte. Beiträge der internationalen Germanistikkonferenz Rzeszow 2004 / Hrsg. von M. Wierzbicka, M. Sieradzka u.a. – Frankfurt a.M. : Lang, 2005. – S. 17–30.
403. Heinemann W. Diskursanalyse in der Kontroverse / W. Heinemann // tekst i dyskurs. – 2011. – Nr. 4. – S. 31–67.
404. Helbig G. Deutsche Grammatik : Ein Handbuch für den Ausländerunterricht / G. Helbig, J. Buscha. – Berlin [u.a.] : Langenscheidt, 2001. – 654 S.
405. Hellwig P. Titulus oder über den Zusammenhang von Titeln und Texten. Titel sind ein Schlüssel zur Textkonstruktion / P. Hellwig // Zeitschrift für germanische Linguistik. – 1984. – 12. – S. 1–20.
406. Hengst K. Eigennamen in Medien – dargestellt an Beispielen aus der deutschen und russischen Presse / K. Hengst, N.V. Vasil'eva // Namenforschung und Namendidaktik / Hrsg. von K. Franz, A. Greule. – Baltmannsweiler : Schneider-Verl. Hohengehren, 1999. – S. 186–207.
407. Hennig M. Tempus und Temporalität in geschriebenen und gesprochenen Texten / Mathilde Hennig. – Tübingen : Niemeyer, 2000. – 211 S.
408. Hoch D. Konfrontative Analyse auf der Ebene von Texten – am Beispiel der Textsorte "Wetterbericht" / D. Hoch // WZPotsdam. – 1988. – Nr. 32. – S. 277–283.
409. Hoepfner H. Der Text als gerichtetes Chaos : Einblicke in Textentstehung und ihre Umsetzung bei der Vermittlung von Textgestaltungskompetenz / Herbert Hoepfner. – Münster : LIT, 2003. – 175 S.
410. Hoffmann L. Kommunikationsmittel Fachsprache / Lothar Hoffmann. – 2. Aufl. – Tübingen : Narr, 1985. – 307 S.
411. Holly W. Holistische Dialoganalyse. Anmerkungen zur "Methode" pragmatischer Textanalyse / W. Holly // Methodologie der Dialoganalyse / Hrsg. von S. Stati, E. Weigand. – Tübingen : Narr, 1992. – S. 15–40.

412. Holly W. Sprache in Massenmedien: Medialität, Intermedialität und kulturelle Praxis / W. Holly // *Mediensprache und Medienkommunikation im interdisziplinären und interkulturellen Vergleich* / Hrsg. von M. Volodina. – Mannheim : IDS, 2013. – S. 57–64.
413. Holly W. Sprache, Bild, Text. Visualität und Intermedialität von Sprache / W. Holly // *Sprachwissenschaft im Fokus. Positionsbestimmungen und Perspektiven* / Hrsg. von L. Eichinger. – Berlin, Boston : de Gruyter, 2015. – S. 71–92.
414. Hölscher S. Familienanzeigen. Zur Geschichte der Textsorten Geburts-, Verbindungs- und Todesanzeige, ihrer Varianten und Strukturen in ausgewählten regionalen und überregionalen Tageszeitungen von 1790 bis 2002 / Sandra Hölscher. – Berlin : Wedler, 2011. – 451 S.
415. Hosokawa H. Zeitungssprache und Mündlichkeit : soziopragmatische Untersuchungen zur Sprache in Zeitungen um 1850 / Hirofumi Hosokawa. – Frankfurt a.M. : Lang, 2014. – 282 S.
416. Hudson S. The effect of the Discourse Center on the local coherence of a discourse / S. Hudson, M. Tanenhaus, G. Dell // *Proceedings of the Eighth Annual Conference of the Cognitive science Society. (Amherst, Massachusetts, 5–17 August 1986)*. – Lawrence Erlbaum, 1986. – P. 96–101.
417. Hundsnurscher F. Theorie und Praxis der Textklassifikation / F. Hundsnurscher // *Sprache und Pragmatik (Lunder Symposium 1984)* / Hrsg. von I. Rosengren. – Malmö / Stockholm : Almqvist & Wiksell, 1984. – S. 75–97.
418. *In mediam linguam : Mediensprache – Redewendungen – Sprachvermittlung* [Festschrift für Heinz-Helmut Lüger] / Hrsg. von Patrick Schäfer u.a. – Landau : Verlag Empirische Pädagogik, 2011. – 445 S.
419. Isenberg H. Probleme der Texttypologie. Variation und Determination von Texttypen / H. Isenberg // *Wissenschaftliche Zeitschrift der Karl-Marx-Universität Leipzig*. – 1978. – Nr. 27. – S. 565–579.
420. Isenberg H. Grundfragen der Texttypologie / H. Isenberg // *Ebenen der Textstruktur* / Hrsg. von Fr. Daneš, D. Viehweger. – Berlin : Akad. der Wiss. der DDR, 1983. – S. 303–343.

421. Ivanenko S. Textpolyphonie aus psychologisch fundierter kommunikativ-pragmatischer Sicht : [Monografie] / Svitlana Ivanenko. – Frankfurt a.M. : Lang, 2005. – 308 S.
422. Jäger G. Eigenname und Eigennameparaphrase / G. Jäger // Beiträge zur Onomastik. – Berlin : Akad. d. Wissenschaft der DDR, 1984. – S. 171–177.
423. Kalverkämper H. Textlinguistik der Eigennamen / Hartwig Kalverkämper. – Stuttgart : Klett-Cotta, 1978. – 454 S.
424. Kamianets W. Zur Einteilung der deutschen Eigennamen / W. Kamianets // Grazer Linguistische Studien. – 2000. – Band 54. – S. 41–58.
425. Kaplan R.B. Cultural thought patterns in intercultural education / R.B. Kaplan // Language Learning. – 1966. – Nr. 16. – P. 1–20.
426. Kijko J. Grundlagen der Textlinguistik / Juri Kijko. – Czernowitz : Ruta, 2004. – 68 S.
427. Kijko J. Deutsche und ukrainische Wetterberichte im Kontrast / Juri Kijko // Науковий вісник Чернівецького університету. – Чернівці : Рута, 2006. – Вип. 319–320 : Германська філологія. – С. 184–192.
428. Kijko J. Zum Aufbau von deutschen und ukrainischen Presse-Interviews / J. Kijko // Studia Germanica Universitatis Vesprimiensis / Hrsg. von Scaba Földes. – 2009. – Heft 1. – S. 53–73.
429. Kijko J. Deutsche und ukrainische Zeitungsberichte : strukturelle, syntaktische und pragmatische Besonderheiten / J. Kijko // Das Wort. Germanistisches Jahrbuch Russland 2011. – Moskau, 2011. – S. 119–130.
430. Kijko J. Gewichtung eines Ereignisses aus deutscher und ukrainischer Perspektive im Pressediskurs / J. Kijko // Materiały VIII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji ["Strategiczne pytania światowej nauki – 2012"], (Przemysł, 07–15 lutego 2012). – Przemysł : Nauka i studia, 2012. – Volume 20. Filologiczne nauki. – S. 66–69.
431. Kijko J. Evidentialität und epistemische Modalität in deutschen und ukrainischen informationsbetonten Presstexten / J. Kijko // tekst i dyskurs – text und diskurs. – 2013. – Nr. 6. – S. 131–151.

432. Kijko J. Textsortenwissen als wichtiger Bestandteil der Sprachkompetenz / J. Kijko // Сборник научных статей международной научно-практической конференции ["Психолого-методические аспекты обучения студентов иностранным языкам для специальных целей"], (Москва, 18–20 марта 2015 г.). – Москва, 2015. – С. 342–344.
433. Kiyko Y. Deutschsprachige und ukrainische Presstexte im Kontrast (am Beispiel der Textsorte Bericht) / Y. Kiyko // Tagungsband Netzwerktagung. (Hamburg, 23–25. November 2011). – Hamburg : AvH, 2011. – S. 59.
434. Kiyko Y. Ein Thema – zwei Perspektiven der Berichterstattung: Deutsch-ukrainische sprachkulturelle Kontraste / Y. Kiyko // Aptum, Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur. – 2012. – Heft 03. – S. 263–280.
435. Kiyko Y. Evidentialität: deutsch-ukrainische Kontraste / Yuriy Kiyko // Сборник научных статей по материалам международной конференции ["Грамматические категории в контрастивном аспекте"], (Москва, 11–14 мая 2016 г.). – М. : МГПУ, 2016. – В 2 ч. Ч. 1. – С. 128–133.
436. Kleiber G. Prototypensemantik / Georges Kleiber [Übers. von M. Schreiber]. – 2., überarb. Aufl. – Tübingen : Narr, 1998. – 152 S.
437. Klein W.P. Die Geschichte der meteorologischen Kommunikation in Deutschland. Eine historische Fallstudie zur Entwicklung von Wissenschaftssprachen / Wolf Peter Klein. – Hildesheim, Zürich, New York : Olms, 1999. – 432 S.
438. Klemm M. Ausgangspunkte : Jedem seinen Textbegriff? Textdefinitionen im Vergleich / M. Klemm // Brauchen wir einen neuen Textbegriff? / Hrsg. von U. Fix u.a. – Frankfurt a.M. : Lang, 2002. – S. 17–29.
439. Kniffka H. Kanonische Merkmale, soziolinguistische Regeln und Profilformeln für Zeitungsberichte. Eine empirische Fallstudie / H. Kniffka // Textsorten und literarische Gattungen. – Berlin : Schmidt, 1983. – S. 145–185.
440. Knop S. Die metaphorischen Komposita in Zeitungsüberschriften / Sabine Knop. – Tübingen : Niemeyer, 1987. – 219 S.

441. Kohvakka H. Meldungen internationaler Nachrichtenagenturen in deutschen und finnischen Tageszeitungen / H. Kohvakka // *Mediensprache – Medienkritik* / Hrsg. von U. Breuer, J. Korhonen. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2001. – S. 189–205.
442. Köhler R. Zur linguistischen Synergetik: Struktur und Dynamik der Lexik / Reinhard Köhler. – Bochum : Brockmeyer, 1986. – 200 S.
443. Koller W. Einführung in die Übersetzungswissenschaft / Werner Koller. – 7. aktual. Aufl. – Wiebelsheim : Quelle&Meyer, 2004. – 343 S.
444. Kontrastive Fachsprachenforschung / Hrsg. von K.-D. Baumann und H. Kalverkämper. – Tübingen : Narr, 1992. – 291 S.
445. Kontrastive Linguistik / Hrsg. von C. Gnutzmann. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 1990. – 154 S.
446. Kontrastive Medienlinguistik / Hrsg. von H.-H. Lüger, H.E.H. Lenk. – Landau : VEP, 2008. – 460 S.
447. Kontrastive Textologie / Hrsg. von E.M. Eckkrammer, N. Hödl, W. Pöckl. – Wien : Praesens, 1999. – 194 S.
448. Kornetzki A. Contrastive analysis of news text types in Russian, British and American business online and print media / Anastasiya Kornetzki. – Berlin : Frank & Timme, 2012. – 357 S.
449. Krause D. Luhmann-Lexikon. Eine Einführung in das Gesamtwerk von Niklas Luhmann / Detlef Krause. – 4. neu bearbeit. und erweiterte Aufl. – Stuttgart : Lucius & Lucius, 2005. – 325 S.
450. Krause W.-D. Text, Textsorte, Textvergleich / W.-D. Krause // *Textsorten : Reflexionen und Analysen* / Hrsg. von K. Adamzik. – Tübingen : Stauffenburg, 2000. – S. 45–76.
451. Kron O. Probleme der Texttypologie / Olaf Kron. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2002. – 390 S.
452. Krycki P. Die Textsorten Wettervorhersage im Kommunikationsbereich Wissenschaft und Wetterbericht im Kommunikationsbereich Massenmedien / Piotr Krycki. – Greifswald, 2009. – 257 S.

453. Künnap A. On the Enets evidential suffixes / A. Künnap // *Linguistica Uralica*. – Tartu, 2002. – Nr. 2. – P. 145–153.
454. Lado R. *Linguistics across cultures : applied linguistics for language teachers* / R. Lado. – Ann Arbor : University of Michigan Press, 1957. – 141 p.
455. Lage-Müller von K. *Text und Tod. Eine handlungstheoretisch orientierte Textsortenbeschreibung am Beispiel der Todesanzeige in der deutschsprachigen Schweiz* / Kathrin von Lage-Müller. – Reprint. – Tübingen : Niemeyer, 2015. – 438 S.
456. Lambrecht K. *Information structure and sentence form : Topic, Focus, and the Mental Representations of Discourse Referents* / Knud Lambrecht. – Cambridge : Press, 1994. – 388 p.
457. Lange A. *Praktische Landeskunde – Erfahrungen und Unterrichtsaufbau für das Thema "Zeitungskunde"* / A. Lange // *Одеський лінгвістичний вісник*. – 2015. – Nr. 5. – S. 202–205.
458. Lee Y. *Dialogsteuerung und Spielregelverletzung in Medieninterviews. Eine empirische Untersuchung anhand deutscher und koreanischer Medieninterviews* / Young-Ae Lee. – Hamburg : Dr. Kovač, 2001. – 410 S.
459. Lefèvre M. *Textgestaltung, Äußerungsstruktur und Syntax in deutschen Zeitungen des 17. Jahrhunderts* / Michel Lefèvre. – Berlin : Weidler, 2013. – 381 S.
460. Leiss E. *Drei Spielarten der Epistemizität, drei Spielarten der Evidentialität und drei Spielarten des Wissens* / E. Leiss // *Modalität, Epistemik und Evidentialität bei Modalverb, Adverb, Modalpartikel und Modus*. – Tübingen : Stauffenburg, 2009. – S. 3–24.
461. Lenk H.E.H. *Praktische Textsortenlehre : ein Lehr- und Handbuch der professionellen Textgestaltung* / Hartmut E. H. Lenk. – 2., überarb. und erw. Aufl. – Helsinki : Univ.-Verl., 1995. – 239 S.
462. Lenk H.E.H. *Personennamen im Vergleich : Die Gebrauchsformen von Anthroponymen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Finnland* / H.E.H. Lenk. – Hildesheim [u.a.] : Georg Olms, 2002. – 490 S.

463. Lenk H.E.H. Form und Funktion von Kommentarüberschriften in deutsch-, finnisch- und englischsprachigen Tageszeitungen // *Presstextsorten im Vergleich* / Hrsg. von E. Lenk, A. Chesterman. – Hildesheim [u.a.] : Georg Olms, 2005. – S. 159–184.
464. Lenk H.E.H. Methodologische Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars / H.E.H. Lenk // *tekst i diskurs*. – 2012. – 5. – S. 155–171.
465. Lenk H.E.H. Sinn und Nutzen textlinguistischer Medienforschung / H.E.H. Lenk // *Textlinguistik als Querschnittsdisziplin* / Hrsg. von Z. Berdychowska. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2013. – S. 49–64.
466. Lenk H.E.H. Zur Syntax des außenpolitischen Leitartikels/Kommentars in Regionalzeitungen / H.E.H. Lenk // *Mit Wörtern bewegen. Festschrift für Mariann Skog-Södersved zum 60. Geburtstag* / Hrsg. von N. Enell-Nilsson, B. Faber, H. Nikula. – Vaasa : Universität Vaasa, 2013. – S. 27–40.
467. Lenk H.E.H. Ermittlung von Textillokutionen beim Zeitungskommentar durch Mutter- und Fremdsprachler(innen) / H.E.H. Lenk // *Zugänge zum Text* / Hrsg. von P. Bassola u.a. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2014. – S. 295–320.
468. *Lexikon Sprache Metzler* / Hrsg. von H. Glück. – 4. Auflage. – Stuttgart : Metzler, 2010. – 848 S.
469. Liedtke A. Zur Sprache der Berichterstattung in den Kriegen am Golf und in Jugoslawien / Anja Liedtke. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 1994. – 223 S.
470. Linke A. *Studienbuch Linguistik* / A. Linke, M. Nussbaumer, P.-R. Portmann. – 5. Aufl. – Tübingen : Niemeyer, 2004. – 544 S.
471. Löffler D. Ratgebungstexte und Öffentlichkeit im Spannungsfeld der sozialen Systeme Erziehung, Familie und Massenmedien / Dorota Löffler // *Textsorten und Systemtheorie* / Hrsg. von Chr. Gansel. – Göttingen : V&R unipress, 2008. – S. 251–272.
472. Lötscher A. *Text und Thema. Studien zur thematischen Konstituierung von Texten* / Andreas Lötscher. – Tübingen : Niemeyer, 1987. – 309 S.
473. Luginbühl M. *Medienkultur und Medienlinguistik : komparative Textsortengeschichte(n) der amerikanischen "CBS Evening News" und der Schweizer*

- "Tagesschau" / Martin Luginbühl. – Bern [u.a.] : Lang, 2014. – 557 S.
474. Lüger H.-H. Pressesprache / H.-H. Lüger. – Tübingen : Niemeyer, 1995. – 169 S.
475. Lüger H.-H. Kontrastive Medienlinguistik. Ansätze, Ziele, Analysen / H.-H. Lüger, H.E.H. Lenk / Kontrastive Medienlinguistik / Hrsg. von H.-H. Lüger, H.E.H. Lenk. – Landau : VEP, 2008. – S. 11–28.
476. Lüger H.-H. Probleme des Text(sorten)vergleichs / H.-H. Lüger // Textlinguistik als Querschnittsdisziplin / Hrsg. von Z. Berdychowska. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2013. – S. 49–64.
477. Luhmann N. Einführung in die Systemtheorie / Niklas Luhmann. – 4. Aufl. – Heidelberg : Auer, 2008. – 347 S.
478. Mac A. Bewertungsmittel in deutschen und polnischen Kommentarüberschriften aus kontrastiver Sicht / A. Mac // Germanistische Linguistik / Hrsg. von H.E.H. Lenk, M. Vesalainen. – Hildesheim [u.a.] : Georg Olms, 2012. – Nr. 218–219. – S. 323–348.
479. Majorin M. Zur Textsortenspezifität der "Kleinen Meldung" / M. Majorin // Mediensprache – Medienkritik / Hrsg. von U. Breuer, J. Korhonen. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2001. – S. 225–235.
480. Mandelbrot B. Die fraktale Geometrie der Natur / Benoit B. Mandelbrot. – Basel, Boston : Birkhäuser Verlag, 2014. – 491 S.
481. Mann W. Rhetorical Structure Theory: toward a functional theory of text organization / W.C. Mann, S.A. Thompson // Text – Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse. – 1988. – Band 8, Heft 3. – S. 243–281.
482. Marinos A. "So habe ich das nicht gesagt!" Die Authentizität der Redewiedergabe im nachrichtlichen Zeitungstext / Alexander Marinos. – Berlin : Logos-Verlag, 2001. – 380 S.
483. Marschall M. Textfunktion der deutschen Tempora / Matthias Marschall – Geneve : Edition Slatkine, 1995. – 292 S.
484. Marx K. Internetlinguistik : Ein Lehr- und Arbeitsbuch / K. Marx, G. Weidacher. – Tübingen : Narr, 2014. – 236 S.

485. Matić M.M. Sprachspielereischer Umgang mit Eigennamen in Schlagzeilen und Überschriften der deutschsprachigen Presse / M.M. Matić // *Komunikacija i kultura online*: Godina II, broj 2. – 2011. – S. 87–103.
486. Mazur J. Textlinguistik im slawischen Sprachraum / J. Mazur // *Text- und Gesprächslinguistik : ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* / Hrsg. von K. Brinker u.a. – Berlin, New York : de Gruyter, 2000. – 1.Bd. – S. 153–163.
487. *Mediensprache und Medienkommunikation : im interdisziplinären und interkulturellen Vergleich* / Hrsg. von Maja N. Volodina. – Mannheim : IDS, 2013. – 300 S.
488. *MedienTextKultur : Linguistische Beiträge zur kontrastiven Medienanalyse* / Hrsg. von M. Luginbühl, St. Hauser. – Landau : Verlag Empirische Pädagogik, 2010. – 210 S.
489. Meinhardt C. Textsorten sinnhaft beschreiben – ein Modellvorschlag für die Textsortenbeschreibung mit systemtheoretischen Impulsen am Beispiel von Rektorenantrittsreden der Universität Greifswald im 20. Jahrhundert / C. Meinhardt // *Textsorten und Systemtheorie* / Hrsg. von Chr. Gansel. – Göttingen : V&R unipress, 2008. – S. 227–250.
490. Menzerath P. *Die Architektonik des deutschen Wortschatzes* / Paul Menzerath. — Bonn : Dümmler, 1954. – 132 S.
491. *Modalität / Temporalität in kontrastiver und typologischer Sicht* / Hrsg. von A. Kaṭny & A. Socka. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2011. – 264 S.
492. Müller M. *Schweizer Pressereportagen. Eine linguistische Textsortenanalyse* / Marlise Müller. – Aarau [u.a.] : Sauerländer, 1988. – 298 S.
493. Musan R. *Informationsstruktur* / Renate Musan. – Heidelberg : Winter, 2010. – 100 S.
494. *Muster und Variation : medienlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text* / Hrsg. von M. Luginbühl und D. Perrin. – Bern [u.a.] : Lang, 2011. – 287 S.
495. *Musterwandel – Sortenwandel : aktuelle Tendenzen der diachronen Text(sorten)-linguistik* / Hrsg. von St. Hauser. – Bern [u.a.] : Lang, 2014. – 312 S.

496. Naumann H. Eigennamen als Textkonstituenten / H. Naumann // Namen in Sprache und Gesellschaft / Hrsg. von A. Rendler, S. Brendler. – Hamburg : Baar, 2011. – S. 156–167.
497. Negryshev A.A. Pressenachrichten : Zur Modellierung der Makrostruktur des Textes / A.A. Negryshev // Mediensprache und Medienkommunikation im interdisziplinären und interkulturellen Vergleich / Hrsg. von M. Volodina. – Mannheim : IDS, 2013. – S. 137–151.
498. Neue Medien – Neue Formate : Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation / Hrsg. von H.-J. Bucher. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Campus Verl., 2010. – 410 S.
499. Neue Medien – neue Kompetenzen? Texte produzieren und rezipieren im Zeitalter digitaler Medien / Hrsg. von U. Kleinberger Günther, F. Wagner. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2004. – 224 S.
500. Neuendorff D. Text und Gebrauchsfunktion / D. Neuendorff // Text, Interpretation, Argumentation / Hrsg. von M. Kusch, H. Schröder. – Hamburg : Buske, 1989. – S. 200–212.
501. Neumann St. Textsorten und Übersetzen : Eine Korpusanalyse englischer und deutscher Reiseführer / Stella Neumann. – Frankfurt a.M. : Lang, 2003. – 286 S.
502. Nickel G. Einführung in die Linguistik : Entwicklung, Probleme, Methode / Gerhard Nickel. – 2. überarb. Aufl. – Berlin : Schmidt, 1985. – 190 S.
503. Nickel M. Gebrauchsanweisungen. Ein Beitrag zur Textsortengeschichte seit 1950 / Markus Nickel. – Tübingen : Narr, 2001. – 350 S.
504. Niehr T. Einführung in die linguistische Diskursanalyse / Thomas Niehr. – Darmstadt : WBG, 2014. – 140 S.
505. Nikolaeva I. The semantics of Northern Khanty evidentials / I. Nikolaeva // Journal de la Société Finno-Ougrienne. – Helsinki, 1999. – 88. – P. 131–159.
506. Nübling D. Namen : Eine Einführung in die Onomastik / D. Nübling, F. Fahlbusch, R. Heuser. – Tübingen : Narr, 2012. – 367 S.
507. Nuyts J. Modality: Overview and linguistic issues / J. Nuyts // The Expression of Modality / Hrsg. von W. Frawley. – Berlin, New York : de Gruyter, 2006. – P. 1–26.

508. Oberhauser St. "Nur noch 65000 Tiefflugstunden": eine linguistische Beschreibung des Handlungspotentials von Hard-News-Überschriften in deutschen Tageszeitungen / Stefan Oberhauser. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 1993. – 291 S.
509. Öhlschläger G. Zur Syntax und Semantik von Modalverben des Deutschen / Günther Öhlschläger. – Tübingen : Niemeyer, 1989. – 270 S.
510. Oldenburg H. Zusammenfassungen und Conclusiones im Vergleich: empirische Ergebnisse und praktische Perspektiven / H. Oldenburg // Kontrastive Fachsprachenforschung / Hrsg. von K.-D. Baumann und H. Kalverkämper. – Tübingen : Narr, 1992. – S. 123–134.
511. Palmer F.R. Mood and modality / Frank Robert Palmer. – Cambridge: Cambridge University, 1986. – 236 p.
512. Paulikat F. Eigennamen in Presstexten. Studien zu Formen und Funktionen des Eigennamengebrauchs in der französischen Pressesprache / Frank Paulikat. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2001. – 252 S.
513. Peotta L. Kontrastive Fachtextpragmatik. Deutsche und italienische Gerichtsurteile im Vergleich / Luana Peotta. – Frankfurt a.M. : Lang, 1998. – 250 S.
514. Perrin D. Medienlinguistik / Daniel Perrin. – 2. überarb. Aufl. – Konstanz : UVK-Verl.-Ges., 2011. – 258 S.
515. Persuasionsstile in Europa : Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar / Hrsg. von H.E.H. Lenk, M. Vesalainen. – Hildesheim, Zürich, New York : Georg Olms Verlag, 2012. – 392 S.
516. Persuasionsstile in Europa II: Kommentartexte in den Medienlandschaften europäischer Länder / Hrsg. von H.E.H. Lenk. – Hildesheim, Zürich, New York : Georg Olms, 2016. – 486 S.
517. Petkova-Kessanlis M. "Camerons Eigentor" : Eine vergleichende exemplarische Analyse von Zeitungskommentaren aus vier europäischen Ländern / M. Petkova-Kessanlis, H. W. Giessen // STUDIA GERMANICA GEDANENSIA. – 2014. – Bd. 31. – S. 108–122.

518. Pfeil M. Zur sprachlichen Struktur des politischen Leitartikels in deutschen Tageszeitungen / Monika Pfeil. – Göppingen : Alfred Kümmerle, 1977. – 301 S.
519. Pieth Ch. Anleitungen zum Schreiben universitärer Texte in kontrastiver Perspektive / Ch. Pieth, K. Adamzik // Domänen- und kulturspezifisches Schreiben / Hrsg. von K. Adamzik u.a. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 1997. – S. 31–69.
520. Piirainen I.T. Untersuchungen zur Sprache der Leitartikel in der Frankfurter Allgemeiner Zeitung / I.T. Piirainen, M. Skog-Södersved. – Vaasa : Univ., 1982. – 95 S.
521. Piitulainen M.-L. Die Textstruktur der finnischen und deutschsprachigen Todesanzeigen / M.-L. Piitulainen // Fachtextpragmatik / Hrsg. von H. Schröder. – Tübingen : Narr, 1977. – S. 141–186.
522. Plett H.F. Textwissenschaft und Textanalyse : Semiotik, Linguistik, Rhetorik / Heinrich F. Plett. – 2. Aufl. – Heidelberg : Quelle & Meyer, 1979. – 354 S.
523. Pociask J. Zu Status und Funktion der idiomatischen Einheit in Presstexten / Janusz Pociask. – Frankfurt a.M. : Lang, 2007. – 168 S.
524. Pöckl W. Kontrastive Textologie / W. Pöckl // Sprachvergleich und Übersetzen : Französisch und Deutsch; Akten der gleichnamigen Sektion des ersten Kongresses des Franko-Romanistenverbandes / Hrsg. von S. Reinart. – Bonn : Romanischer Verlag, 1999. – S. 295–302.
525. Posner R. Kultur als Zeichensystem. Zur semiotischen Explikation kulturwissenschaftlicher Grundbegriffe / R. Posner // Kultur als Lebenswelt und Monument / Hrsg. von A. Assmann, D. Harth. – Frankfurt a.M. : Suhrkamp, 1991. – S. 37–74.
526. Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press / Hrsg. von H. Lenk, A. Chesterman. – Hildesheim [u.a.] : Georg Olms, 2005. – 387 S.
527. Presstextsorten jenseits der "News" : medienlinguistische Perspektiven auf journalistische Kreativität / Hrsg. von Chr. Grösslinger. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2012. – 296 S.
528. Probst L. Eigennamen in publizistischen Texten und ihr Stellenwert bei der Vermittlung des Russischen / L. Probst // Der Text in Forschung und Lehre / Hrsg. von W. Gladrow und I. Dehmel. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 1997. – S. 162–168.

529. Püschel U. "Puzzle-Texte". Bemerkungen zum Textbegriff / U. Püschel // Die Zukunft der Textlinguistik. Traditionen, Transformationen, Trends / Hrsg. von G. Antos, H. Tietz. – Tübingen : Niemeyer, 1997. – S. 27–41.
530. Račienė E. Tendenzen der Verwendung von Fremdwörtern in der Pressesprache im deutsch-litauischen Vergleich / E. Račienė // Mediensprache und Medienkommunikation im interdisziplinären und interkulturellen Vergleich / Hrsg. von M. Volodina. – Mannheim : IDS, 2013. – S. 171–190.
531. Rath R. Überschriften von Kurznachrichten / R. Rath // Moderne deutsche Texte. Beiträge der internationalen Germanistik-Konferenz Rzeszow 2004 / Hrsg. von M. Wierzbicka, M. Sieradzka u.a. – Frankfurt a.M. : Lang, 2005. – S. 259–275.
532. Reformatskij A.A. Zur Stellung der Onomastik innerhalb der Linguistik / A.A. Reformatskij // Sowjetische Namenforschung / Hrsg. von E. Eichler, W. Fleischer, A.V. Superanskaja. – Berlin : Akademie-Verlag, 1975. – S. 11–32.
533. Rein K. Einführung in die kontrastive Linguistik / Kurt Rein. – Darmstadt : Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1983. – 139 S.
534. Reiners L. Stilfibel / L. Reiners. – 25. Aufl. – München : DTV, 1992. – 265 S.
535. Reiss K. Textsortenkonventionen. Vergleichende Untersuchung zur Todesanzeige / K. Reiss // *Le Langage et l'Homme*. – 35, 36. – 1977/78. – S. 46–54, 60–68.
536. Renbai W. Textstruktur des Zeitungskommentars : Eine Untersuchung der Proposition und Illokution an deutschen und chinesischen Beispielen / Wen Renbai. – Bern : Peter Lang, 2001. – 280 S.
537. Rolek B. Kulturspezifische Aspekte der wissenschaftlichen Textproduktion, untersucht am Beispiel wissenschaftlicher Artikel aus dem Bereich der Linguistik / B. Rolek // Moderne deutsche Texte. Beiträge der internationalen Germanistik-Konferenz Rzeszow 2004 / Hrsg. von M. Wierzbicka, M. Sieradzka u.a. – Frankfurt a.M. : Lang, 2005. – S. 277–294.
538. Rolf E. Die Funktionen der Gebrauchstextsorten / Eckard Rolf. – Berlin [u.a.] : de Gruyter, 1993. – 339 S.

539. Runkehl J. Sprache und Kommunikation im Internet : Überblick und Analysen / J. Runkehl, P. Schlobinski, T. Siever. – Opladen : Westdeutscher Verlag, 1998. – 240 S.
540. Qiu Zh. Anders schreiben, anders denken : manipulative Taktiken und politische Denkmuster in der deutschen und chinesischen Presseberichterstattung / Zhenhai Qiu. – Tübingen : Niemeyer, 1997. – 205 S.
541. Saffar E. Persuasive Texte : eine vergleichende Untersuchung sprachlicher Argumentationsstrategien / Eva Saffar. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2001. – 200 S.
542. Sandig B. Probleme einer linguistischen Stilistik / B. Sandig // Literatur und Didaktik. – 1970. – Nr. 1. – S. 177–194.
543. Sandig B. Syntaktische Typologie der Schlagzeile / Barbara Sandig. – München : Max Hueber, 1971. – 176 S.
544. Sandig B. Zur Differenzierung gebrauchssprachlicher Textsorten im Deutschen / B. Sandig // Textsorten, Differenzierungskriterien aus linguistischer Sicht / Hrsg. von E. Gülich, W. Raible. – Wiesbaden, 1975. – S. 113–124.
545. Sandig B. Textlinguistik des Deutschen / Barbara Sandig. – 2. völlig neu bearbeit. u. erweit. Aufl. – Berlin, New York : de Gruyter, 2006. – 584 S.
546. Santulli F. Zitierte Rede. Authentizitätsbeweis oder einfach Infotainment? / F. Santulli // Presstextsorten jenseits der "news" / Hrsg. von Chr. Grösslinger, G. Held, H. Stöckl. – Frankfurt a.M. : Lang, 2012. – S. 265–279.
547. Scherer C. Korpuslinguistik / Carmen Scherer. – 2. Aufl. – Heidelberg : Winter, 2014. – 100 S.
548. Scherner M. "Text". Untersuchungen zur Begriffsgeschichte / M. Scherner // Archiv für Begriffsgeschichte 39. – 1996. – S. 103–160.
549. Schlüter S. Textsorte vs. Gattung. Textsorten literarischer Kurzprosa in der Zeit der Romantik (1795–1935) / Sabine Schlüter. – Berlin : Wedler, 2001. – 367 S.
550. Schmidt S.J. Texttheorie : Probleme einer Linguistik der sprachlichen Kommunikation / Siegfried J. Schmidt. – 2. Aufl. – München : Fink, 1976. – 184 S.

551. Schmitt P.A. Warnhinweise in deutschen und englischen Anleitungen : ein interkultureller Vergleich / P.A. Schmitt // Fremdsprachen lehren und lernen. – Nr. 24. – 1995. – S. 197–222.
552. Schmitt U. Diskurspragmatik und Syntax : Die funktionale Satzperspektive in der französischen und deutschen Tagespresse unter Berücksichtigung einzelsprachlicher, presstyp- und textklassenabhängiger Spezifika / Uta Schmitt. – Frankfurt a.M. : Lang, 2004. – 509 S.
553. Schmitz U. Statistische Methoden in der Textlinguistik / U. Schmitz // Text- und Gesprächslinguistik : ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung / Hrsg. von K. Brinker u.a. – Berlin, New York : de Gruyter, 2000. – 1. Bd. – S. 196–201.
554. Schmitz U. Einführung in die Medienlinguistik / Ulrich Schmitz. – Darmstadt : WBG, 2015. – 152 S.
555. Schröder T. Die Handlungsstruktur von Texten / Thomas Schröder. – Tübingen : Narr, 2003. – 276 S.
556. Schwarz-Friesel M. Einführung in die Textlinguistik / M. Schwarz-Friesel, M. Consten. – Darmstadt : WBG, 2014. – 160 S.
557. Schwitalla J. Dialogsteuerung in Interviews : Ansätze zu einer Theorie der Dialogsteuerung mit empirischen Untersuchungen von Politiker-, Experten- und Starinterviews in Rundfunk und Fernsehen / Johannes Schwitalla. – 1. Aufl. – München : Hueber, 1979. – 350 S.
558. Searle J.R. Spechakte : ein sprachphilosophischer Essay / John R. Searle [Übers. von R. Wiggershaus]. – 1. Aufl. – Frankfurt a.M. : Suhrkamp, 2010. – 305 S.
559. Simmler F. Die informationsorientierten Textsorten und ihre Varianten in der Fußballberichterstattung des "kicker sportmagazin" / F. Simmler // Probleme der funktionellen Grammatik / Hrsg. von F. Simmler. – Bern [u.a.] : Lang, 1993. – S. 63–144.
560. Simmler F. Teil und Ganzes in Texten: Zum Verhältnis von Textexemplar, Textteilen, Textauszügen, und Makrostrukturen / F. Simmler // Daphnis Zeitschrift für Mittlere Deutsche Literatur. – Nr. 25. – 1996. – S. 597–625.

561. Skog-Södersved M. Komposita aus Eigennamen und Appellativen in der Pressesprache am Beispiel des Leitartikels / M. Skog-Södersved // Erikoiskielet ja käännösteoria. VAKKI-seminaari VIII. – Vaasa, 1988. – S. 154–161.
562. Sommerfeldt K.-E. Gestern so und heute anders. Sprachliche Felder und Textsorten in der Presse / Karl-Ernst Sommerfeld. – München : Iudicium-Verlag, 1997. – 171 S.
563. Sommerfeldt K.-E. Textsorten in der Regionalpresse : Bemerkungen zu ihrer Gestaltung und Entwicklung / Karl-Ernst Sommerfeld. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 1998. – 168 S.
564. Sommerfeldt K.-E. Skizze einer kommunikativen Sprachgeschichte / Karl-Ernst Sommerfeld. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2005. – 168 S.
565. Sowinski B. Textlinguistik. Eine Einführung / Bernhard Sowinski. – Stuttgart : Metzler, 1991. – 247 S.
566. Speck S. Textsorten und Textsortenvarianten im Kulturteil der Tageszeitung „Der Tagesspiegel“ und der Wocheneitung „Die Zeit“ / Sanine Speck. – Berlin : Weidler, 2016. – 702 S.
567. Sperber W. Funktionalstil und Textsorten unter konfrontativem Aspekt / W. Sperber // Linguistische Arbeitsberichte. – 1990. – Nr. 72. – S. 3–14.
568. Spillner B. Textsorten im Sprachvergleich. Ansätze zu einer kontrastiven Textologie / B. Spillner // Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft / Hrsg. von W. Kühlwein, G. Thome, W. Wills. – München : Fink Verlag, 1981. – S. 239–250.
569. Spillner B. Zur kontrastiven Analysen von Fachtexten – am Beispiel der Syntax von Wetterberichten / B. Spillner // Fachsprache und Fachliteratur / Hrsg. von B. Schlieben-Lange, H. Kreuzer. – Göttingen : Vandenhoeck & Ruprecht, 1983. – S. 110–123.
570. Spillner B. Der Wetterbericht in Tageszeitungen / B. Spillner // Fachsprache. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie. – 1997. – Nr. 1–2. – S. 2–8.

571. Spillner B. Kontrastive Linguistik – Vergleichende Stilistik – Übersetzungsvergleich – Kontrastive Textologie. Eine kritische Methodenübersicht / B. Spillner // Beiträge zum romanisch-deutschen und innerromanischen Sprachvergleich. Akten der internationalen Arbeitstagung (Leipzig, 4.10.–6.10.2003) / Hrsg. von Chr. Schmitt und B. Wotjak. – Bonn : Romanistischer Verlag, 2005. – Band 1. – S. 269–293.
572. Spillner B. Textlinguistik : pragmatisch, semiotisch, diachronisch, kulturell und kontrastiv? / B. Spillner // Textlinguistik als Querschnittsdisziplin / Hrsg. von Z. Berdychowska u.a. – Frankfurt a.M. : Lang, 2013. – S. 39–48.
573. Spitzmüller J. Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse / J. Spitzmüller, I. H. Warnke. – Berlin, Boston : de Gruyter, 2011. – 236 S.
574. Sprache und Sprachwissenschaft : eine kognitiv orientierte Einführung / Hrsg. von R. Pörings u.a. – 2., überarb. und aktualisierte Aufl. – Tübingen : Narr, 2003. – 294 S.
575. Stahlheber E.M. Die Fachtextsorte Zeitschriftenartikel im Deutschen und Address / Article im Amerikanischen : Popularisierungsgrad und Diachronie von Funktionen und Strukturen / E.M. Stahlheber // Kontrastive Fachsprachenforschung / Hrsg. von K.-D. Baumann und H. Kalverkämper. – Tübingen : Narr, 1992. – S. 162–189.
576. Stammerjohann H. Kontrastive Textlinguistik : die Textsorte "Zeitungsüberschrift" im Deutschen und Italienischen / H. Stammerjohann // Italienische Sprachwissenschaft / Hrsg. von Chr. Schwarze. – Tübingen : Narr, 1981. – S. 209–218.
577. Stede M. Korpusgestützte Textanalyse. Grundzüge der ebenenorientierten Textlinguistik / Manfred Stede. – Tübingen : Narr, 2007. – 207 S.
578. Stenschke O. "Einmal Text – Diskurs und zurück!" Welches Interesse hat die diskursanalytische Forschung daran, Ordnung ins Dickicht der Textdefinition(en) zu bringen? / O. Stenschke // Brauchen wir einen neuen Textbegriff? / Hrsg. von K. Adamzik, G. Antos, M. Klemm. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2002. – S. 113–124.

579. Steriopolo O. Das ukrainische Lautsystem aus der Sicht der modernen komparativen Phonetik / O. Steriopolo, B. Pompino-Marschall // Germanistik in der Ukraine. – Kyjiw, 2011. – Jh. 6. – S.12–23.
580. Stilistik für Journalisten / J. Kurz, D. Müller, J. Pötschke, H. Pöttker, M. Gehr. – 2., erw. und überarb. Aufl. – Wiesbaden : VS Verl. für Sozialwiss., 2010. – 369 S.
581. Stöckl H. Medienlinguistik. Zu Status und Methodik eines (noch) emergenten Forschungsfeldes / H. Stöckl // Presetextsorten jenseits der "News" : medienlinguistische Perspektiven auf journalistische Kreativität / Hrsg. von Chr. Grösslinger u.a. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2012. – 13–36 S.
582. Straßner E. Zeitung / Erich Straßner. – 2. Aufl. – Tübingen : Niemeyer, 1999. – 106 S.
583. Straßner E. Journalistische Texte / Erich Straßner. – Tübingen : Niemeyer, 2000. – 105 S.
584. Straßner E. Von der Korrespondenz zum Hypertext. Zeitungssprache im Wandel / E. Straßner // Mediensprache – Medienkritik / Hrsg. von U. Breuer und J. Korhonen. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2001. – S. 87–102.
585. Straßner E. Text-Bild-Kommunikation Bild-Text-Kommunikation / Erich Straßner. – Tübingen : Niemeyer, 2002. – 106 S.
586. Stutterheim von Chr. Einige Prinzipien des Textaufbaus : empirische Untersuchungen zur Produktion mündlicher Texte / Christiane von Stutterheim. – Tübingen : Niemeyer, 1997. – 385 S.
587. Szurawitzki M. Der thematische Einstieg : eine diachrone und kontrastive Studie auf der Basis deutscher und finnischer linguistischer Zeitschriften / Michael Szurawitzki. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2015. – 395 S.
588. Tekin Ö. Grundlagen der Kontrastiven Linguistik in Theorie und Praxis / Özlem Tekin. – Tübingen : Stauffenburg, 2012. – 223 S.
589. Textlinguistik : 15 Einführungen / Hrsg. von N. Janich. – Tübingen : Narr, 2008. – 383 S.
590. Textlinguistik als Querschnittsdisziplin / Hrsg. von Z. Berdychowska u.a. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2013. – 223 S.

591. Textsorten und Textsortentraditionen / Hrsg. von F. Simmler. – Bern : Lang, 1997. – 343 S.
592. Textsorten : Kommunikationslinguistische und Konfrontative Aspekte / Hrsg. von W.-D. Krause. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2000. – 224 S.
593. Textsorten und Systemtheorie / Hrsg. von Chr. Gansel. – Göttingen : V&R unipress, 2008. – 274 S.
594. Text- und Gesprächslinguistik : ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung / Hrsg. von K. Brinker u.a. – Berlin, New York : de Gruyter, 2000. – 1. Bd. – 884 S.
595. Tiittula L. Implizites Bewerten in finnischen und deutschen Leitartikeln / L. Tiittula // Überredung in der Presse / Hrsg. von M. Moilanen und L. Tiittula. – Berlin, New York : de Gruyter, 1994. – S. 225–240.
596. Toulmin S. Der Gebrauch von Argumenten / Stephen Toulmin. – 2. Aufl. – Weinheim : Athenäum, 1996. – 230 S.
597. Trumpp E.C. Fachtextsorten kontrastiv. Englisch – Deutsch – Französisch / Eva C. Trumpp. – Tübingen : Narr, 1998. – 237 S.
598. Überredung in der Presse : Texte, Strategien, Analysen / Hrsg. von M. Moilanen, L. Tiittula. – Berlin, New York : de Gruyter, 1994. – 245 S.
599. Vater H. Werden als Modalverb / H. Vater // Aspekte der Modalität / J. P. Calbert & H. Vater. – Tübingen : Narr, 1975. – S. 72–148.
600. Vater H. Einführung in die Textlinguistik / Heinz Vater. – 3. Aufl. – München : Fink, 2001. – 221 S.
601. Volmert J. Politischer Kommentar und Ideologie. Ein inhaltsanalytischer Versuch an vier frühen Nachkriegszeitungen / Johannes Volmert. – Stuttgart : Metzler, 1978. – 299 S.
602. Von der Zeitung zur Twitterdämmerung : Medientextsorten und neue Kommunikationsformen im deutsch-französischen Vergleich / Hrsg. von N. Rentel. – Berlin [u.a.] : Lit-Verlag, 2014. – 238 S.
603. Voss C. Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung / Cornelia Voss. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 1999. – 130 S.

604. Wandruszka M. Sprachen. Vergleichbar und unvergleichlich / Mario Wandruszka. – München : Piper, 1969. – 541 S.
605. Warnke I.H. Adieu Text – bienvenue Diskurs? Über Sinn und Zweck einer poststrukturalistischen Entgrenzung des Textbegriffs / I.H. Warnke // Brauchen wir einen neuen Textbegriff? / Hrsg. von U. Fix u.a. – Frankfurt a.M. [u.a.] : Lang, 2002. – S. 125–141.
606. Warnke I.H. Text und Diskurslinguistik / I.H. Warnke // Textlinguistik : 15 Einführungen / Hrsg. von N. Janich. – Tübingen : Narr, 2008. – S. 35–52.
607. Weinreich C. Das Textsortenspektrum im fachinternen Wissenstransfer : Untersuchung anhand von Zeitschriften der Medizin / Cornelia Weinreich. – Berlin : de Gruyter, 2010. – 260 S.
608. Weinreich U. Languages in contact : French, German and Romanish in twentieth-century Switzerland / Uriel Weinreich. – Amsterdam : Benjamins, 2011. – 401 p.
609. Weinrich H. Sprache in Texten / Harald Weinrich. – Stuttgart : Klett, 1976. – 356 S.
610. Weinrich H. Tempus. Besprochene und erzählte Welt / Harald Weinrich. – 6. Aufl. – München : Beck, 2001. – 338 S.
611. Weischenberg S. Nachrichtenschreiben / Siegfried Weischenberg. – 2. Aufl. – Opladen : Westdeutscher Verlag, 1988. – 250 S.
612. Weltbilder der Wetterberichte / Hrsg. von W. Settekorn. – Frankfurt a.M. : Lang, 1999. – 311 S.
613. Wengeler M. Schäubleweise, Schröderisierung und riestern / M. Wengeler. [Elektronischer ресурс]: <http://www.komparativistik-online.de>, 2010. – S. 79–98.
614. Werlich E. Typologie der Texte : Entwurf einer textlinguistischen Modells zur Grundlegung einer Textgrammatik / Egon Werlich. – 2., durchges. Aufl. – Heidelberg : Quelle & Meyer, 1979. – 140 S.
615. Wichter S. Gespräch, Diskurs und Stereotypie / S. Wichter // Zeitschrift für Germanistische Linguistik. – 1999. – Nr. 27. – S. 215–284.
616. Wiemer B. Conceptual affinities and diachronic relationships between epistemic, inferential and quotative functions (preliminary observations on lexical markers in

- Russian, Polish and Lithuanian) / B. Wiemer // Modality in Slavonic languages. New perspectives / B. Hansen, P. Karlik (eds.). – München, 2005. – P. 107–131.
617. Willet T. A cross-linguistic survey of the grammaticalization of evidentiality / T. Willet // Studies in Language. – 12. – 1988. – P. 51–97.
618. Wirtschaftskommentare : textlinguistische Analysen ; kontrastive Untersuchungen / Hrsg. von E. Schoenke. – Bremen : Zentraldr. der Univ. Bremen, 1996. – 191 S.
619. Wüest J. Was Texte zusammenhält : Zu einer Pragmatik des Textverstehens / Jakob Wüest. – Tübingen : Narr, 2011. – 269 S.
620. Zeitungswörterbuch / Hrsg. von H. Bohrmann, W. Ubbens. – Berlin : Deutsches Bibliothekinstitut, 1994. – 334 S.
621. Zinke B. Pressewetter: Entwicklung und Gestaltung der Wetterberichte in *Le Monde* / B. Zinke // Weltbilder der Wetterberichte / Hrsg. von W. Settekorn. – Frankfurt a.M. : Lang, 1999. – S. 132–160.
622. Zur Kulturspezifität von Textsorten / Hrsg. von U. Fix u.a. – Tübingen : Stauffenburg, 2001. – 289 S.

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Голос України, 2002–2015. www.golos.com.ua
2. День, 2002–2015. www.day.kiev.ua
3. Berliner Zeitung, 2002–2015. www.berliner-zeitung.de
4. Der Tagesspiegel, 2002–2015. www.tagesspiegel.de
5. Die Tageszeitung, 2002–2015. www.taz.de
6. Die Welt, 2002–2015. www.welt.de
7. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2002–2015. www.faz.net
8. Süddeutsche Zeitung, 2002–2015. www.sueddeutsche.de