

## ТЕКСТИ *FEATURE* В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ГАЗЕТИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

### *FEATURE* TEXTS IN THE MODERN ENGLISH NEWSPAPER: A THEORETICAL ASPECT

Головач Т.М.,

[orcid.org/0000-0002-6665-4416](https://orcid.org/0000-0002-6665-4416)

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри іноземних мов та культури фахового мовлення  
Львівського державного університету внутрішніх справ

Мова газети – різновид мови масової інформації в її писемній формі.

Розвідка сучасних англійських газет переконливо свідчить про те, що жанр *feature* потребує детального дослідження. Незважаючи на те, що проблема сучасних англійських медіатекстів викликає значний інтерес для багатьох науковців, наявна інформація про текст *feature* не є повною і, як правило, вивчається епізодично. Наявні дослідження дають лише деякі уявлення про сутність жанру *feature* та його мовну природу.

Метою нашої роботи є аналітичний огляд наявних підходів до визначення поняття «текст *feature*» і окреслення ролі та провідних функцій сучасної англійської газети.

У статті на основі аналізу наявних досліджень виділено такі основні риси мови газет, як: економія мовних засобів, стислість викладу і водночас інформативне навантаження; вживання зрозумілих слів та висловів; використання суспільно-політичної термінології; помітна наявність мовних кліше, штампів; переосмислення лексики інших функціональних стилів.

Зазначено, що англійський газетний текст відрізняється синтаксичною лаконічністю. У інтерпретації він вимагає більше фонових знань, оскільки тут має місце лапідарність висловлення, зумовлена законом економії місця і часу. Виявлено, що мові сучасної газети властива стислість викладу у поєднанні з інформаційним навантаженням та використанням мовних засобів, зрозумілих широкому колу читачів.

Виокремлено такі провідні функції сучасної англійської газети, як: інформаційна; розважальна; освітня; рекламна; ідеологічна; експресивна; емоційного впливу. Необхідно зазначити, що всі функції тісно пов'язані між собою і реалізуються в газетних публікаціях в тому чи іншому поєднанні.

Визначено, що *feature* – це спеціальний матеріал, стаття у газетах, яка не стосується новин. Тематика таких текстів дуже різноманітна й охоплює весь спектр тем, висвітлюваних у засобах масової інформації: від політики та бізнесу до культури, спорту й освіти. Тексти жанру *feature* акцентують увагу читачів на нагальних проблемах сучасного суспільства та відбивають їх індивідуально-авторське бачення.

Аргументовано, що вживання екзотизмів у медіатекстах використовується для привернення уваги читача та пов'язане з естетичною, експресивною та інформаційною функціями. Використання у текстах *feature* екзотизмів надає мові образність та робить її більш емоційною, що відповідає принципам сучасних ЗМІ.

**Ключові слова:** газета, мова газети, медійний текст, текст *feature*, функції сучасної англійської газети, екзотизм.

Newspaper language is a type of media language in its written form.

The readings in research on modern English newspaper convincingly demonstrate that *feature* genre requires a profound investigation. Although the problem of media texts in English is of great interest to many scholars, the available information on the *feature* text is not complete and, generally, is studied sporadically. The existing papers provide only some insights into the essence of a *feature* genre and its linguistic nature.

The purpose of our research is to make the analytical review of the existing approaches to defining the notion of *feature* text and outlining the role and leading functions of a modern English newspaper.

Based on the analysis of available research, the article identifies the following main features of the language of newspapers: saving language resources, concise presentation and at the same time informative load; the use of clear words and phrases; the use of socio-political terminology, the presence of speech clichés, stamps; rethinking the vocabulary of other functional styles.

It is noted that the English newspaper text is syntactically concise. In interpretation, it requires more background knowledge, since there is a lapidary expression that is conditioned by the law of saving time and place. It is revealed that the language of the modern newspaper is characterized by a concise presentation, combined with information load and the use of linguistic means that are understandable to a wide audience.

The following leading functions of the modern English language newspaper have been distinguished: information; entertaining; educational; advertising; ideological; expressive; emotional impact. It should be noted that all functions are closely linked and implemented in newspaper publications in one combination or another.

It is determined that *feature* is a special material, newspaper article does not concern news. The subjects of such texts are very diverse and cover the whole range of topics enclosed in the media: from politics and business to culture, sports and education. *Feature* genre texts focus readers on the pressing issues of modern society and reflect their individual author's vision.

It has been argued that the application of exotisms in media texts is used to attract the reader's attention and is associated with an aesthetic, expressive and informative function. The usage of exotisms in the *feature* texts provides the language with imagery and makes it more emotional, which is consistent with the principles of modern media.

**Key words:** newspaper, newspaper language, media text, text *feature*, functions of modern English newspaper, exotism.

В інформаційному світі сьогодення медійний дискурс є одним з основних факторів впливу як на суспільство загалом, так і на окремого індивіда зокрема. Сучасна епоха глобалізації суспільства та розвиток світового інформаційного простору впливають на динаміку комунікативного процесу на всіх рівнях. У сучасних мас-медіа відбуваються трансформаційні процеси, а сам публіцистичний простір, на думку Г.Я. Солганика, став широкою сферою функціонування ідей, думок, положень соціального, політичного, ідеологічного, світоглядного характеру. Учений зазначає: «Публіцистика справді змінюється із часом, проте змінюється в бік розширення її функцій, взаємодії з усе новими й новими сферами суспільного життя» [17, с. 15].

Сучасні англійські газети та їх структурно-композиційна організація вже неодноразово привертала увагу дослідників (наприклад, див. І.А. Бехта [4]; І.М. Білодід [5]; Т.Г. Добросклонська [7; 8]; В.В. Зайцева [10]; Н.В. Зененко [11]; Б.О. Коваленко [12]; Е.Н. Набока [13]; І.С. Семенюк [14]; Г.Я. Солганик [17; 18]; С.А. Тіміна [19]). Саме в їхніх розвідках нагромаджено значний матеріал, який роз'яснює особливості статусу газети, її роль у медійному дискурсі та меншою мірою функціональний потенціал.

Увага саме до газет та їхньої мови спричинена важливою роллю засобів масової інформації в сучасному суспільстві. Попри розвиток інтернет-технологій, газета залишається однією з основних форм спілкування з аудиторією. На нашу думку, це цілком закономірно, оскільки газета є найстарішим та найдоступнішим засобом масової інформації з різнобічною проблематикою та достатнім інформаційним обсягом. Стаття в газеті – це передусім розмова з людьми, які чекають не тільки правдивого і оперативного викладу фактів, а й глибокого аналізу та серйозних узагальнень.

Усе наведене зумовлює наукову доречність і суспільну важливість дослідження сучасної англійської газети в теоретичному ракурсі з урахуванням контексту загальної мовнокультурної ситуації у світі, що характеризується пануванням англійської мови, глобалізаційними процесами у всіх сферах життя та інтенсифікацією міжкультурної комунікації. Проведення такого дослідження зумовлює чітке окреслення теоретичних засад, зокрема, з'ясування сутності поняття

“*feature*”, його диференційних характеристик та окреслення ролі та провідних функцій сучасної англійської газети, що і є ціллю цієї статті.

Більшість учених справедливо вважають пресу «четвертою гілкою влади» (*the fourth estate*), яка за силою впливу на соціально-політичні процеси в суспільстві не поступається першим трьом. За допомогою засобів масової інформації можна впливати на громадську думку як стан масової свідомості. На думку І.А. Бехти, попри зовнішнє розмаїття британських газет, вони виконують одне соціопрагматичне завдання – формування суспільної думки у потрібному напрямі [4, с. 71]. Проте сучасний газетний текст відображає не тільки зміни, що відбуваються в суспільно-політичному та соціально-економічному житті, але й оперативно реагує на нові лінгвальні явища. Мова газети миттєво засвоює нові поняття і відповідні слова та словосполучення, що відображають соціальні, політичні, економічні та культурні процеси в суспільстві.

Мова газети – різновид мови масової інформації в її писемній формі [10]. Є досить помітна кількість термінологічних сполучень на позначення стилю мови газет: газетно-публіцистичний стиль [19; 11], інформаційний стиль [10], стиль газетної публіцистики [14]. Вважаємо, однак, доречним вживати ці терміни як синонімічні, оскільки вони називають одне й теж поняття.

Дослідники зазвичай виділяють такі основні риси мови газет, як: економія мовних засобів, стислість викладу і водночас інформативне навантаження; вживання зрозумілих слів та висловів; використання суспільно-політичної термінології; помітна наявність мовних кліше, штампів; переосмислення лексики інших функціональних стилів [12, с. 3]. Газетну мову розглядають як співвідношення стандартизованих і експресивних мовних засобів через їх чергування і контрастування [14]. Вважають, що англійський газетний текст відрізняється синтаксичною лаконічністю. У інтерпретації він вимагає більше фонових знань, оскільки тут має місце лапідарність висловлення, зумовлена законом економії місця і часу, а журналісти схильні використовувати еліпсис, аббревіатури, підтекст [15].

На думку Т.Г. Добросклонської, особливість мови англійських газет полягає у взаємодії вербальних і графічних компонентів. Тип і розмір шрифту, наявність ілюстрацій, використання

кольору, якість паперу, розташування матеріалів на смузі – все це тісно поєднується зі словесним рядом. Все це утворює єдине ціле – синкретичну мову преси [8, с. 21]. І.К. Білодід зазначає, що у газетно-публіцистичному стилі співіснують і борються дві протилежні тенденції: тяжіння до стабільності (відтворення готових формул, словосполучень і конструкцій) та прагнення до експресії, що породжує пошуки нових засобів впливу на читача [5, с. 77].

Закономірно, що найчастіше екзотизми використовують у періодичних виданнях, які є сприятливим середовищем для апробації мовних інновацій. Періодичні видання зазвичай є структурованими, а отже, поділеними на тематичні рубрики: новини (місцеві й зарубіжні), спорт, культура та мистецтво, політика тощо. Рубрикація часописів не є фіксованою, залежить від типу видання (таблоїдна чи популярна періодика), його формату (паперові або електронні часописи). Багатогранне розмаїття рубрик сприяє всебічному висвітленню життя багатьох полікультурних груп.

Таким чином, можемо стверджувати, що мові сучасної газети властива стислість викладу у поєднанні з інформаційним навантаженням та використанням мовних засобів, зрозумілих широкому колу читачів.

Дослідники мови преси виділяють такі провідні функції сучасної англomовної газети, як: 1) інформаційна, у деяких класифікаціях – функція повідомлення (реалізується насамперед у новинних матеріалах); 2) розважальна (реалізується в газетних матеріалах розважального характеру та створює комфортну комунікацію між автором та читачем); 3) освітня (реалізується у статтях культурологічної спрямованості); 4) рекламна (реалізується або в спеціальних рекламних розділах газети, або імпліцитно в газетній публікації у вигляді прихованої реклами); 5) ідеологічна (вважається однією з найважливіших функцій), 6) аналітична; 7) експресивна, у деяких класифікаціях – емоційно-експресивна (характеризується експліцитною оцінністю); 8) емоційного впливу [10; 11; 12; 13; 14]. Необхідно зазначити, що всі функції тісно пов'язані між собою і реалізуються в газетних публікаціях в тому чи іншому поєднанні.

Отже, найважливішою функцією газетного стилю є інформаційна, що реалізується за допомогою мовних засобів усіх рівнів. Експресивна функція, або функція впливу, здійснюється шляхом емоційного впливу на адресата (читача). Важливо зазначити, що у мові сучасних газет саме експресивна функція значно посилилась на

основі використання лексики, що має яскраво виражене емоційно-експресивне забарвлення.

Основним структурно-змістовим компонентом сучасних англomовних газет є новинні події, представлені в розділі *news*, які потім коментуються й аналізуються в розділах *news analysis*, *opinion*, *comment*. Інформаційно-аналітичні матеріали зазвичай індивідуально-авторські. Це може бути коментар відомого політика, експерта, економіста або думка редактора, представлена в традиційній для англійських якісних видань колонці *editorial comment*. Обсяг інформаційно-аналітичних текстів в англійській пресі варіюється від 300 до 800 слів [8, с. 109]. Більшість новинних повідомлень представлені як у стислому, так і в розгорнутому вигляді. Список коротких повідомлень зазвичай розташовується на перших шпальтах газети і оформляється у вигляді рубрик *news in brief*, *news bulletin*, *world news*, *business news* тощо залежно від конкретного видання. Основна група новинних матеріалів у пресі сформована у вигляді повідомлень кореспондентів про події в країні і за кордоном, розміщених на смугах *news* у певній тематичній послідовності: *local news*, *international news*, *business news* та ін. Обсяг новинних текстів такого роду варіюється в межах від 200 до 500 слів [8, с. 75].

Публіцистичні твори в англomовних газетах позначаються словом *feature*, яке використовується на позначення досить широкого діапазону текстів, що функціонують у різних засобах масової інформації і відрізняються за тематикою, структурою та обсягом [8, с. 65]. Це може бути і відносно коротка замітка (400–600 слів), і середньої протяжності стаття (600–1000 слів), і досить об'ємний нарис (1000–2000 слів) різножанрової природи: репортажі, портрети, аналітичні статті, редакційні колонки, роздуми, щоденники, журналістські розслідування [16, с. 105]. У найзагальнішому сенсі *feature* – це спеціальний матеріал, стаття у газетах, яка не стосується новин [39, с. 85]. Тематика таких текстів дуже різноманітна і охоплює весь спектр тем, висвітлюваних у засобах масової інформації: від політики та бізнесу до культури, спорту й освіти. Тексти жанру *feature* акцентують увагу читачів на нагальних проблемах сучасного суспільства та відбивають їх індивідуально-авторське бачення [6, с. 85].

У текстах *feature* зустрічаємо екзотизми різної спрямованості: політичної, економічної, соціальної, ідеологічної, спортивної, культурної та побутової. Автор, використовуючи в тексті екзолексеми, має конкретний намір показати культуру певного народу, національний колорит. Очевидно,

що для правильного розуміння тексту, який містить гетерогенні елементи, адресату, одержувачу інформації необхідно мати певні фонові знання.

Слово *feature*, таким чином, позначає синкретичний жанр або *жанрову сім'ю*, тобто сукупність жанрових різновидів, близьких за деякими ознаками, що можуть перекриватися [1]. Їх об'єднує глобальна цільова спрямованість – «переконати читача погодитись з певною думкою, виявити причини і наслідки подій, показати взаємозв'язки різних подій, показати значимість події і можливі варіанти її розвитку» [16, с. 105]. Вживання екзотизмів у медіатекстах використовується для привернення уваги читача та пов'язано з естетичною, експресивною та інформаційною функціями. Використання у текстах *feature* екзотизмів надає мові образність та робить її більш емоційною, що відповідає принципам сучасних ЗМІ.

Відмінність *feature* від інших видів текстів масової інформації підкреслюється тим, що вони зазвичай публікуються на спеціально відведених сторінках у розділі, який так і називається. Друковані матеріали *feature* характеризуються досить довільною побудовою, відмінною від фіксованої структури новинних текстів [7, с. 75]. Їхніми характерними ознаками є чітко виражена позиція автора, оригінальність інтерпретацій, образність мовних засобів. Автори текстів жанру застосовують такі прийоми, як акцентування емоційного аспекту матеріалу та «ефект присутності» на основі використання теперішнього часу,

вживають засоби художньої образності (уособлення, метафори, порівняння, оксюмори) [9]. У матеріалах *feature*, на думку С. Стенсена, можна знайти елементи художнього, пригодницького та особистісно-інтимного дискурсів [2, с. 4].

Останнім часом дослідники почали відзначати не лише подальше поширення цього жанру, а і його взаємодію з новинними текстами і дискурсом, тобто «фічеризацію» журналістики, зумовлену модифікацією її суспільної ролі та впливом нових технологій [3]. Це висунання текстів *feature* на передній план медійної комунікації робить їх адекватним матеріалом для дослідження традиційних і нових функцій екзотичної лексики, яка є одним із ключових елементів сучасного газетно-публіцистичного стилю. Екзотизми використовуються і в новинних текстах, і в інформаційно-аналітичних статтях, і в текстах групи *feature*. Проте в текстах останньої групи функціональна роль екзотизмів найзначніша, оскільки вони орієнтовані на здійснення помітного впливу на читачів, а їхня тематична диференціація охоплює об'ємні групи понять і слів, актуальних для сучасного суспільства.

Екзотичні слова у текстах *feature* виконують широкий спектр взаємопов'язаних функцій. Чітке виокремлення кожної з них є дещо обмеженим, оскільки вони перетинаються і взаємодіють під впливом низки чинників – від комунікативно-текстових до соціокультурних і суспільних, і саме в цьому полягає перспектива подальших досліджень.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Gardner S., Nesi H. A classification of genre families in university student writing. *Applied Linguistics*. 2012. № 34 (1). P. 1–29.
2. Steensen S. Online feature journalism: A clash of discourses. *Journalism Practice*. 2009. № 3(1). P. 13–29.
3. Steensen S. The featurization of journalism. *Nordicon Review*. 2011. № 32 (2). P. 49–61.
4. Бехта І.А. Прагматика оповідного дискурсу в газетно-публіцистичному стилі. *Новітня філологія*. Миколаїв : Вид-во МДУ ім. Петра Могили. 2006. № 4 (24). С. 71–84.
5. Білодід І., Пилинський М., Колесник Г. Мова сучасної масово-політичної інформації. Київ : Наук. думка. 1979. 77 с.
6. Власова Л.И. Тематика статей жанра “features” в британской и американской прессе. *Вестник СамГУ*. 2015. № 4 (126). С. 85–90.
7. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (Опыт исследования современной английской медиаречи) : монография. 2-е изд. Москва : УРСС Едиториал, 2005. 288 с.
8. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь). Москва, 2008. 202 с.
9. Ефимова С.И. Языковые особенности жанра *feature* (на материале “Geo” и “Geo Traveller”). *Журналистский ежегодник*. 2012. № 1. С. 38–39.
10. Зайцева В.В. Особливості газетно-публіцистичного стилю. *Дослідження з лексикології і граматики української мови* : зб. наук. пр. / за ред. проф. А.М. Поповського. Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетровськ. нац. ун-ту, 2011. Вип. 10. С. 82–91.
11. Зененко Н.В. Лексико-грамматическая специфика газетно-публицистического стиля: на материале прессы пиренейского варианта испанского языка : автореф. дис. ...канд. филол. наук : 10.02.02. «Романские языки». Москва 2004. 16 с.
12. Коваленко Б.О. Стилистично знижена лексика в мові сучасної української публіцистики : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2003. 19 с.

13. Набока Е.Н. Язык массовой коммуникации и язык газеты. *Міжнародн. наук.-практ. конф. з питань методики викладання іноземної мови пам'яті проф. В.Л. Скалкіна (19–20 лютого 2009 р.)* : зб. наук. пр. Одеса : Астропринт, 2009. С. 475–480.
14. Семенюк І.С. Функціональні особливості сучасної газетної публіцистики. *Культура народів Причорномор'я*. 2012. № 235. С. 121–122.
15. Смотровая И.В. Функционирование публицистического текста в современной англоязычной прессе (на материале качественных газет Англии и США 1990-х–2000-х гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 «Журналистика». Воронеж, 2005. 25 с.
16. Современный медиатекст : учебное пособие / отв. ред Н.А. Кузьмина. Омск : ОГУ имени Ф.М. Достоевского, 2011. 414 с.
17. Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ). *Язык современной публицистики* : сб. ст. / сост. Г.Я. Солганик. 3-е изд. Москва : Флинта ; Наука, 2008. С. 13–31.
18. Солганик Г.Я. Стилистика текста : учебное пособие. 9-е изд. Москва : Наука, 2009. 256 с.
19. Тимина С.А. Экзотизмы в современной англоязычной прессе : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Киров, 2003. 161 с.

УДК 81'37

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2020.13-2.6>

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ ДОКУМЕНТІВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

### LEXICAL AND SEMANTIC PECULIARITIES OF EUROPEAN UNION DOCUMENTS TEXTS

Громова Н.М.,

*orcid.org/0000-0003-3287-811X*

*кандидат психологічних наук,*

*доцент кафедри романо-германських мов*

*Навчально-наукового центру мовної підготовки*

*Національної академії Служби безпеки України*

У статті проаналізовано тексти документів Європейського Союзу та визначено їхні основні лексико-семантичні характеристики, а також стилістичні прийоми для створення ефекту виразності. Основним методом дослідження було обрано лексико-семантичний аналіз текстів документів Європейського Союзу. Проведено порівняння двох схожих програмних документів стратегічного розвитку Європейського Союзу різних років – «Глобальна стратегія зовнішньої політики і політики безпеки ЄС» 2016 р. (Текст 1) і «Європейська стратегія безпеки» 2003 р. (Текст 2). Показано зміни у тематичній спрямованості текстів, що відображається у виборі лексичних одиниць. За результатами лексико-семантичного аналізу документів виявлено основні тематичні групи лексичних одиниць, такі як: Спільні дії, Відповідальність і цінності, Сила та безпека та Загрози. Тематична група Спільні дії охоплює такі підтеми: Дія, Співробітництво, Успішний результат і Спосіб дії. Тематична група Відповідальність і цінності складається з двох підтем: Відповідальність і Цінності. Група Сила та безпека містить дві групи: Сила та Безпека відповідно. Кількісне порівняння лексичних одиниць в обох текстах показало, що основний акцент робиться на лексику, пов'язану зі спільними діями та зусиллями країн-партнерів. Проте у тексті 2016 р. помітно переважає лексика, пов'язана з відповідальністю та цінностями, аніж у тексті 2003 р., та набагато менше згадується тема загроз. Серед стилістичних прийомів для створення ефекту виразності одним із найпоширеніших є лексичний повтор однокореневих слів із метою надання цим термінам особливого значення у свідомості реципієнта. Також широко використовуються утворення словосполучень найчастіше з двох або трьох елементів у ролі однорідних членів речення. Іншим засобом для набуття необхідної експресивності є антитеза.

**Ключові слова:** документ, лексичні одиниці, мовні засоби, семантика, тематична група.

The article deals with the analysis of European Union documents and their lexical and semantic peculiarities as well as expressive stylistic methods are defined. The lexical and semantic analysis of European Union texts was chosen as the main research method. Two similar program documents concerning European Union strategic development of different years were taken for comparison – A global strategy for the European Union's foreign and security policy of 2016 (Text 1) and European security strategy of 2003 (Text 2). The changes in themes of the texts are reflected in lexical choice. The lexical and semantic results revealed the main theme groups: Common actions, Responsibility and values, Strength and security and Threats. The theme group Common actions includes the following subgroups: Action, Cooperation, Positive outcomes and Manner of action. The theme group Responsibility and values covers the subgroups Responsibility and Values. The group Strength and security includes the subgroups Strength and Security respectively. The quantitative