

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ СТАТЬИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОДЕРЖАНИЯ И ИХ СТРУКТУРА

Лядашева Елена Дмитриевна

аспирант, Московский городской педагогический университет, Самарский филиал
elenal.63@yandex.ru

ENGLISH-LANGUAGE ARTICLES ECONOMIC CONTENT AND THEIR STRUCTURE

E. Lyadashcheva

Summary: Our article is devoted to the structure of English-language articles of economic content. The means of communication and their means of influencing readers continue to change. In the process of studying English-language articles on economic topics, it was determined that the economic text is a complex mobile and multifunctional system. This system is aimed at transmitting certain information and adopts a standardized block diagram. This scheme includes in its composition the title, the introductory part, the main part and the conclusion. The purposefulness of each part of this compositional scheme determines its own function. The articles demonstrate a special verbalization of economic events, which contributes to the increased interest in these events among readers. When studying economic articles, we came to the following conclusion that there is a certain, strictly motivated system in the placement of material.

Keywords: system, title, theory, dicteme, paragraph, function, material, fact, article.

Аннотация: Наша статья посвящена вопросам структуры англоязычных статей экономического содержания. Продолжают меняться средства коммуникации и их средства воздействия на читателей. В процессе изучения англоязычных статей на экономическую тематику было определено, что экономический текст представляет собой сложную подвижную и multifunctional систему. Данная система направлена на передачу определенной информации и принимает стандартизированную структурную схему. Эта схема включает в свою композицию заголовок, вводную часть, основную часть и заключение. Целенаправленность каждой части данной композиционной схемы детерминирует собственную функцию. Статьи демонстрируют особую вербализацию экономических событий, что способствует усилению интереса к данным событиям у читателей. При изучении экономических статей мы пришли к следующему заключению, что существует определенная, строго мотивированная система в размещении материала. Расщепление его на абзацы происходит с целью обратить внимание читателя на дополнительные детали. Характерной чертой газетной статьи является наличие в ней абзаца, состоящего из одного предложения.

Ключевые слова: система, заголовок, теория, диктема, абзац, функция, материал, факт, статья.

Средства коммуникации подвергались ранее и продолжают подвергаться в обществе большим изменениям. Постепенно меняется подача средств массовой информации, а также и их средства воздействия на массы читателей. Исходя из этого меняется и стиль оформления текста в сети Интернет, в том числе и в изученных нами англоязычных статьях экономического содержания. В первую очередь эти изменения касаются структуры построения и подачи текста, для лучшего проникновения и восприятия получаемой информации читателями.

Рассматривая изученный материал, кроме вышеизложенного мы должны, на наш взгляд, также отметить еще то, что в тексте образуется соответствие диктемы с абзацем. Это подтверждает тезис о том, что «в равномерно разворачивающемся письменном монологическом тексте диктема, как правило, представлена абзацем» [1; с. 179].

Диктема (от лат. *dico, dixi, dictum* - говорю, высказываю) – это элементарная ситуативно-тематическая единица текста, которая организует одно или несколько предложений в единое целое и соотносится с понятиями сверхфразового единства, или сложного синтаксическо-

го целого. Но абзац, «будучи сопредельным с диктемой явлением и фактически представляя диктему в стилистически сбалансированном монологическом тексте», может выйти за её рамки и включать в свой состав несколько диктем, каждая из которых, конечно, в качестве составляющих, предполагает одно или несколько предложений [1; с. 22].

Следует также подчеркнуть, что в рамках диктеменной теории М.Я. Блоха, различные диктемы маркируются и сменой темы, что акцентируется через использование различных дискурсивных средств и элементов текстосинтаксической связи. Этот тезис вполне наглядно подтверждается иллюстрацией количественных данных об организации исследованных англоязычных текстов экономического содержания (Рисунок 1).

В рассматриваемом нами материале в публикациях “Newsweek”, “The Economist” в 2017 г.: максимальное количество абзацев – 25, а минимальное – 4. В публикациях 2018 г. минимальное количество абзацев 3, максимальное – 27. В 2019 г. минимальное количество абзацев в изучаемых нами публикациях 5, максимальное 24; с 2020 г. минимальное количество абзацев также как и в 2018 г. – 3, максимальное же составляет 26.

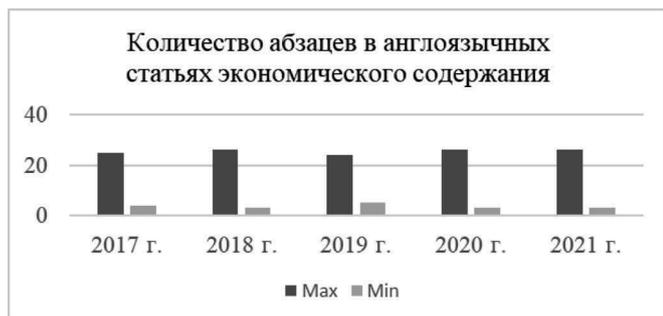


Рис. 1.

Анализ медиатекстов статей экономического содержания показывает разнообразие типов изложения материала о событии – описание, повествование и рассуждение, которые в контексте сочетаются в разных комбинациях, при этом доминирует тип рассуждения.

Поясним на примерах: анализируемые нами статьи в подразделе “Economics Focus” делятся на две части, при этом вторая часть вводится отдельным подзаголовком. Economics focus Satchel, uniform, bonus Pay-for-performance for school students is no silver bullet...Grade expectations... [9].

Особое внимание обращают на себя заголовки статей изучаемого нами раздела “Finance and Economics” в “The Economist”, так как, на наш взгляд, именно заголовок является в данном случае не только важнейшей компонентой газетного текста, но и первым сигналом о тематической принадлежности текста и его смысловой интенции. Справедливость этого утверждения подтверждается нестабильным статусом изданий на английском языке в системе медиа. Известно, что заголовок многофункционален: наряду с номинативной, он выполняет также графически-выделительную, информативную, рекламную, оценочно-экспрессивную, интегративную, композиционную и закрепительную функции [4, 5, 7, 8], что очевидно появляется и подтверждается многообразием оформления заголовков в разделе “Finance and Economics”: Binned eBorders contract costs the taxpayer £224m; McDonald’s to open in residential estates; U.S. Market Could Grow 3%; How a calm stock market hit traders [8] и др.

В материалах 2017 г. доминируют заголовки, состоящие из двух и четырёх лексем, - 27,3%. Заголовки, содержащие одну лексему, составляют 12% от общего количества. Три языковые единицы встречаются приблизительно в одной пятой заголовков от общего количества (21%).

Употребление знаков препинания наблюдалось только в 4% от общего числа заголовков. Количество слов и частей речи в заголовках закономерно соотносятся. В рассмотренных нами экономических статьях в заголовках с двумя словоформами популярны такие адъективные словосочетания, в заголовках с четырьмя словофор-

мами можно увидеть сочетания «определённый артикль + существительное + предлог (of) + существительное в объектном падеже».

В материалах 2018 г. тенденции в структурировании заголовков отличаются: наиболее часто в публикациях используются заголовки, включающие 4 языковые единицы: 42,9% от общего количества. С 2019 г. по 2020 г. в изучаемом нами материале преобладают заголовки в основном, состоящие из трёх словоформ 31%.

Теперь остановимся на более подробном анализе изучаемых нами статей.

Данные тексты в основном содержат в себе содержательно-фактуальную информацию, однако, нельзя не заметить, что она является результатом определенных наблюдений, дискуссий, размышлений, т.е. результатом переосмысления указанных отношений, событий, фактов, процессов, происходящих в обществе, и поэтому приобретает концептуальность.

Возьмем для сравнения статьи из разных источников Интернета, которые освещают проблемы экономики США и колебания фондового рынка.

В англоязычных экономических статьях наблюдается четкое логическое членение текста.

Название передает основное содержание статей, тем самым раскрывая их концептуальную сущность, а иногда всего лишь указывает на предмет мысли. И в том, и в другом случае название и содержание текста сопряжены с основной темой произведения: U.S. Market Could Grow 3%: Economist Robin Knight [8]; How a calm stock market hit traders... [9].

Оба заголовка представляют собой простые предложения. Первый заголовок привлекает мнение читателей цитатой экономиста Робина Кнайта, второй же заголовок заинтриговывает читателей: как спокойный фондовый рынок ударил по трейдерам...

Название не только является сигналом, направляющим внимание читателя на перспективное изложение мысли, но и может поставить рамки изложению.

Заголовки сообщают читателям, что речь в статьях пойдет об изменениях на фондовом рынке. В первом заголовке слова Could Grow 3% сообщают нам, что возможен рост на 3%, тем самым настраивая на оптимистическое событие в ближайшем будущем. Второй же заголовок пытается сообщить, что в статье будет написано о сложившейся ситуации у трейдеров после удара фондового рынка.

Во введении указывается на: события происходящие и происшедшие, место действия например: определен-

ная страна – US (Соединенные Штаты Америки).

В основной части описываются те положения, проблемы, о которых было упомянуто во введении, а также разворачивается та информация, которая была представлена в заголовке.

В первой статье мы можем прочитать мнение Питера Кардильо (главный экономист по рынку Avalon Partners), который утверждает, что экономический рост будет непрерывным в течение нескольких лет.

Во второй статье приведена статистика за всю историю наблюдений, а именно за три месяца вплоть до июня. Также присутствует информация, что облигационный разгром фирмы Goldman Sachs еще хуже, чем у конкурентов Citigroup, Bank of America и JP Morgan Chase, которые сообщили о снижении торговли облигациями на 6-19% после исторически высокого уровня волатильности. Несмотря на удар фондового рынка, Goldman Sachs продолжает выплаты своим сотрудникам и всё-таки пытается приспособиться в сложившейся ситуации.

В заключительной части, соответственно, делаются выводы, определенные прогнозы, сообщаются результаты наблюдений.

Первая статья заканчивается высказыванием П. Кардильо: «Федеральная резервная система ввела новый инструмент для изъятия ликвидности из системы под названием Term Deposit Facility. Программа позволит финансовым учреждениям получать проценты по долгосрочным кредитам центральному банку».

В заключении второй статьи мы можем прочитать сравнительный отчет о доходе Goldman Sachs во втором квартале, по сравнению с первыми тремя месяцами года.

Ведущими стилистическими признаками данных статей являются логическая последовательность организации текста, связность и аргументированности подачи смыслового содержания. Также мы можем увидеть многообразие используемых связующих элементов и тщательное разделение текстов на абзацы.

Предложения в абзацах связаны между собой: 1) объединены друг с другом по содержанию; 2) предложения на-

ходятся друг с другом в определенных логических связях.

Это позволяет нам прийти к следующему заключению, что существует определенная, строго мотивированная система в размещении материала. Расщепление его на абзацы происходит с целью обратить внимание читателя на дополнительные детали. Характерной чертой газетной статьи является наличие абзаца, состоящего из одного предложения.

Например:

The US housing market remains under pressure, because banks are being restrictive with lending, according to Cardillo [8].

Газетный дискурс ориентирован на восприятие и интерпретацию, вследствие чего текст статей всегда включает в себя элементы субъектности, т.е. в предложение вводятся метакоммуникативные конструкции, отражающие «структурно-семантический план, указывающий на субъект, „автора“ восприятия, констатации или оценки явлений действительности, а иногда и на характер восприятия» [3, с. 263]

В наших статьях мы можем увидеть эпитеты, например: которые авторы используют для подчеркивания идеи статьи: unemployment problem, a good possibility, worst quarter, the poor performance; олицетворение: a calm stock market hit.

Изучение статей позволяет нам утверждать, что они направлены на то, чтобы нам разъяснить актуальность общественных событий, явлений, их сущности развития, а также значимости.

Авторы статей также пытаются аргументировать важную на их взгляд информацию для читателя, например: He thinks the economic growth will be uninterrupted for several years to come. Despite this poor performance, Goldman has already set aside £5billion to pay for its staff over the first half of the year.

По своим целям и задачам данные статьи совершенно разные, поэтому и пути достижения этих задач и целей разные. Как известно, газетные статьи, обладают огромной силой воздействия на читателя. Это связано не только выраженной позицией автора, но также и с умелым использованием самых разнообразных ресурсов языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блох М.Я. Теоретическая грамматика. – М.: Высш.шк., 2011 – 165 с.
2. Залевская А.А. Текст и его понимание. – Волгоград: Перемена, 1998. – 114 с.
3. Золотова Г.А. Очерк функционального синтаксиса русского языка. — М.: КомКнига, 2007. 350 с.
4. Манькова Л.А. Специфика заголовков в различных газетных текстах / Л.А. Манькова // Ученые записки ТНУ. – 2014. – №4. – С. 1-4.

5. Мужев В.С. О функциях заголовков / В.С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. – 1998. – №55. – С. 1-8
6. Тураева З.Я. Лингвистика текста: структура и семантика: учебное пособие. М.: Просвещение, 1986. 136 с. 21.
7. Турчинская Э.И. Соотношение заголовка и текста в газетнопублицистическом стиле. М.: УОР, 1984. 234 с. 24.
8. "The Economist": "Finance and Economics", 2017
9. "Newsweek", 2017.

© Лядацева Елена Дмитриевна (elenal63@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Московский городской педагогический университет, Самарский филиал