ИЗДАТЕЛЬСТВО ГРАМОТА

Филологические науки. Вопросы теории и практики
Philology. Theory & Practice

ISSN 2782-4543 (online)
ISSN 1997-2911 (print)

2025. Том 18. Выпуск 2 | 2025. Volume 18. Issue 2
Материалы журнала доступны на сайте (articles and issues available at): philology-journal.ru

RU

Репрезентация категории информативности в заголовках спортивных новостей на английском и китайском языках

Филясова Ю. А., Ли Чэньян

Аннотация. В статье рассматриваются заголовки спортивных новостей как наиболее важных элементов новостной статьи из десяти медиаисточников с точки зрения содержащихся в них видов информации. Цель исследования – определение сходств и различий в репрезентации категории информативности в спортивном публицистическом дискурсе на материале английского и китайского языков. Научная новизна исследования состоит в выявлении корреляций между содержательно-фактуальной, содержательно-концептуальной и импликативной информацией, в соответствии с подходом И. Р. Гальперина. В результате исследования установлено, что наибольшей долей обладает содержательно-концептуальная информация с элементами оценочности и образности; второе место по частотности занимает информация, содержащая факты (имена собственные, числовые данные); к третьей, наименьшей, группе относятся языковые средства с импликативной информацией. К различиям относятся более высокая степень персонификации и цитации в английских новостях; более заметное присутствие топонимов, числовых данных, а также более позитивное импликативное значение – в новостях на китайском языке. Полученные корреляции свидетельствуют о языковых особенностях составления новостей и подачи информации в разных лингвокультурах.

EN

The representation of the informativeness category in the headlines of English and Chinese sports news

Y. A. Filyasova, Chenyan Li

Abstract. This article considers sports news headlines, as the most important elements of a news article, from ten media sources in terms of the information types they contain. The aim of the study is to identify similarities and differences in the representation of the informativeness category in the sports publicistic discourse on the material of the English and Chinese languages. The scientific novelty of the research consists in identifying the correlations between factual, content-conceptual and implicative information, in accordance with I. R. Galperin's approach. The study found that the largest share belongs to the content-conceptual information with the elements of evaluative and figurative linguistic devices; the second most frequent group embraces information containing facts (proper names, numerical data), and the smallest group includes linguistic means with the implicative information. The differences include a higher degree of personification and citation in the English headings; while the Chinese headings contain a more prominent number of toponyms, numerical data, and are characterized by a more positive implicative meaning. The obtained correlations testify to the linguistic peculiarities of news composition and information presentation in different linguocultures.

Введение

Информативность представляет собой содержательную категорию, связанною с объемом, полезностью информации, прагматической насыщенностью, адресной направленностью на определенную аудиторию и персуазивностью. Категория информативности рассматривается в рамках когнитивно-дискурсивного подхода, предполагающего изучение процессов взаимодействия между отправителем информационных сообщений и реципиентом с точки зрения достижения целей коммуникации. Ключевыми категориями, позволяющими оценить дискурсивные свойства текста, являются информационная насыщенность, оценочность, связность, членимость, модальность, когезия, ситуативность, интертекстуальность, стереотипность, эксплицитность (Скребова, Бойчук, 2018). Информационная насыщенность выражается с помощью таких параметров как количество информации, новизна, неожиданность, полезность для читателя и семантическая наполненность (Рябова, 2011).

Научная статья (original research article) | https://doi.org/10.30853/phil20250059

© 2025 Авторы. © 2025 ООО Издательство «Грамота» (© 2025 The Authors. © 2025 Gramota Publishing, LLC). Открытый доступ предоставляется на условиях лицензии CC BY 4.0 (open access article under the CC BY 4.0 license): https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

И. Р. Гальперин (2007) выделяет следующие виды информации – содержательно-фактуальную, которая передается с помощью фактов и событий действительного или воображаемого мира; содержательно-концептуальную, которая реализуется за счет логичности, объективности, последовательности и конкретности повествования; и подтекстовую, или дополнительную, позволяющую переосмысливать содержание высказывания в зависимости от фоновых знаний и мировоззренческих установок.

Информативность рассматривается как градиентная величина, способная варьироваться от минимума (недостаточности) до максимума (избыточности). Обладая планом содержания и планом выражения, категория информативности является двусторонней сущностью. Чрезмерная детализация, многословие, тавтология и вводные конструкции способствуют повышению информационной избыточности и снижению информационной плотности в плане содержания (Басовец, 2023). Информативность часто сопровождается манипуляцией – навешиванием ярлыков, включением ссылок на неавторизованные источники, блокированием информации, частичным освещением событий (Козловский, 2023; Кононова, 2024). Информативность неотделима от прагматического аспекта коммуникации – обращенности к реципиенту, оценки имеющихся знаний и общей картины мира у адресата (Князева, Соболева, 2024).

План выражения публицистического дискурса характеризуется информационной избыточностью, которая проявляется в наличии множества клишированных выражений. Его распространенными признаками являются глагольные словосочетания, пассивные формы и конструкции, двух- или трехчастные синтаксические структуры, языковая направленность на объект, идеологическая модальность, проблемный характер тематики (Окунькова, 2012). Речевое воздействие проявляется в имплицитном содержании дискурса на основе оценочного компонента с положительной или отрицательной эмоциональной окраской (Гусева, Мальцева, 2022; Филясова, 2023а). Так, например, позитивная коммуникация не всегда означает эмоциональное сопровождение, чаще она ассоциируется с положительной интенцией, вовлеченностью в интеракцию, коммуникативной адаптацией к собеседнику и поддержанием диалога (Леонтович, 2015).

Актуальность исследования определяется необходимостью изучения лингвистических характеристик, являющихся репрезентантами категории информативности. Семантическое содержание языковых единиц отражает характер и степень информативности в зависимости от преобладания типа семантического значения. Анализ и сопоставление семантических значений языковых единиц в разных языках позволит определить контрастивные признаки категории информативности на материале английского и китайского языков. Выявление подобных сходств и различий необходимо для понимания особенностей реализации дискурсивных категорий публицистического текста, таких как цельность, связность, логичность, оценочность и композиционная структура.

Задачи данного исследования включали:

1) сопоставление заголовков публицистических текстов на английском и китайском языках с точки зрения семантического содержания и типа информативного наполнения;

2) анализ и классификацию языковых единиц на основе признаков информативности;

3) определение процентного соотношения между разными видами информации в заголовках публицистического текста на английском и китайском языках.

В соответствии с поставленными задачами, методами исследования стали:

1) отбор медиаматериалов на основе принципа сплошной выборки по ключевому слову «спорт» (sport/运动), посвященных вопросам спорта, и составление корпуса новостей;

2) изучение смыслового содержания языковых единиц, их контекстуального значения и роли в передаче информации, оценочности и персуазивности с точки зрения информативной репрезентации;

3) сопоставительный семантико-стилистический и коммуникативно-прагматический анализ заголовков на английском и китайском языках.

Материалом исследования послужили медиастатьи из пяти британских (*BBC*, *The Independent*, *The Guardian*, *The Times*, *Sunday Times*) и пяти китайских источников (*人民日报 People's Daily* [*Газета КНР*], *新华社 Xinhua* [*Синьхуа*], *中国青年报 China Youth Daily* [*Китайская молодежная газета*], *北京日报 Beijing Daily* [*Пекинская ежедневная газета*], *新京报 The Beijing News* [*Пекинские новости*]). Объектом анализа стали 200 заголовков (100 на английском языке и 100 на китайском языке) как наиболее информативные элементы информационных публицистических материалов, соответствующих представлению информации по принципу «перевернутой пирамиды» как наиболее информативно релевантные элементы дискурса (Khramchenko, 2023).

Теоретической базой исследования послужили труды, посвященные изучению категории информативности в лингвистическом аспекте на материале разных видов дискурса. Категорию информативности относят к числу инвариантных текстообразующих категорий (Дроздова, Нечепоренко, 2012; Левченко, 2022). Теоретическое исследование Х. Сюй и Л. Ван (2024) относительно семиозиса языкового знака раскрывает его сложную природу, интегрирующую объект, знак и интерпретанту, которые находятся в постоянном динамическом взаимодействии. Ключевую роль авторы отводят человеку, непрерывно осуществляющему переосмысление окружающей действительности.

Исследование медиадискурса Е. Н. Ремчуковой и Л. А. Кузьминой (2022) свидетельствует о тесной взаимосвязи лингвистики текста и семиотики культуры; следовательно, неотъемлемым признаком категории информативности становится постоянное переосмысление содержания культурных знаков.

Н. В. Вальтер (2017), рассматривая категорию информативности в медиадискурсе, выделяет такие его составляющие, как цитирование, использование наименований времени и места, имен собственных, наименование мелких подробностей и деталей, указание источников сообщаемой информации, – определяющие его жанрово-стилистическую принадлежность.

М. В. Ларионова и А. В. Демкина (2021) анализируют возрастающую роль символьного знака хештега как репрезентанта категории информативности в политическом дискурсе для повышения значимости сообщений в интернет-коммуникации.

Л. П. Широбокова и Е. Л. Перькова (Shirobokova, Perkova, 2021), рассматривая категорию информативности в контексте юридического дискурса, выделяют такие ее признаки, как цикличность подачи информации, предписывающий и констатирующий характер, наличие информации эмоционального характера и некоторые другие. В судебном дискурсе О. А. Богинская (2024), напротив, отмечает высокую долю содержательно-импликативной информации, играющей значительную роль в создании персуазивного эффекта в процессе защиты.

Изучая категорию информативности в академическом философском тексте, М. Н. Левченко (2022) выделяет следующие виды информации – объективную, субъективную, семантическую и эстетическую. К признакам категории информативности автор относит конкретность, последовательность и логичность. Данные характеристики обусловливают необходимость практического применения дословного, буквального и точного приемов перевода при передаче философских текстов (Левченко, 2022).

В результате сравнительно-сопоставительного анализа средств выражения категории информативности в маркетинговом тексте Т. В. Юдина (2021) отмечает примерно равное соотношение концептуально-фактуальной и концептуально-содержательной информации. Аналогичным образом, реализация категории информативности в рекламном тексте определяется интенциональностью и персуазивностью, которые ассоциативно вовлекают все виды информации – содержательно-фактуальную, содержательно-концептуальную и содержательно-импликативную (Самохвалова, 2017).

При изучении категории информативности художественного текста В. Я. Задорнова и А. В. Захарова (2024) отмечают важность выявления ключевых слов, которые при лексической полифонии, богатстве контекстных связей и коллокационном разнообразии указывают на доминирование содержательно-концептуальной информации, передающей художественный замысел автора.

При реализации категории информативности на материале кинодискурса Д. С. Плешкова (2023) подчеркивает наличие сарказма как отражения содержательно-импликативной информации.

Исследование Т. И. Голубевой (2017) показывает, что на материале дневников категория информативности воплощается преимущественно в виде содержательно-фактуальной информации, в то время как на материале воспоминаний – в виде содержательно-концептуальной информации. В работе С. П. Коваленко (2014) уточняется, что категория информативности в мемуарных текстах характеризуется перспективизацией, т. е. накоплением информации, ее развитием, расширением и углублением.

Таким образом, репрезентация категории информативности зависит от типа жанровой принадлежности дискурса и его коммуникативно-прагматической направленности.

В данной работе категория информативности на материале спортивного публицистического дискурса была рассмотрена с точки зрения подхода, предложенного И. Р. Гальпериным (2007), выделяющим **фактуальный** (объем / количество / плотность информации / семантическая наполненность), **концептуальный** (образность, фактическое содержание, степень персуазивности информационной репрезентации) и **импликативный** (оценочность) виды информации. К фактуальному виду информации относились числовые данные (год, конкретная дата, финансовые показатели), имена собственные – топонимы, антропонимы, названия учреждений, организаций, соревнований и т. п. К содержательно-концептуальному виду информации были отнесены языковые средства, передающие содержание новостей. Импликация, или подразумеваемый смысл, заключена в семантике языковых единиц, а также контекстуальном воплощении оценочности и ценности информации для конечных потребителей – читателей спортивных новостей.

Практическая значимость исследования состоит в изучении межъязыковых различий, степени речевого воздействия публицистического дискурса и его коммуникативного потенциала. Результаты анализа представляют интерес для изучения типологических особенностей жанрово-стилистических категорий дискурса и сравнительно-сопоставительных исследований. Полученные данные могут быть использованы в практике преподавания лингвистики текста по направлению «Лингвистика», а также практических аспектов английского языка для специальных целей по направлениям «Физическая культура» и «Журналистика».

Обсуждение и результаты

В результате анализа семантического содержания заголовков публицистического текста были выявлены следующие лексические категории, репрезентирующие типы их информативного наполнения. Рассмотрим их более подробно.

Имена собственные

Имена собственные – топонимы, антропонимы, названия организаций и другие комплексные названия индивидуальных объектов – относятся к категории фактической информации, которая средствами языка обозначает объекты действительности. Включение имен собственных в медиаматериалы способствует конкретизации информации и повышает достоверность его содержания.

Географические названия

В спортивных новостях на английском языке было выявлено около 50 географических названий, которые встречались в половине из рассмотренных заголовков, например *Australia* [*Австралия*], *Iceland* [*Исландия*], *Lahore* [*Лахор*], *Minnesota* [*Миннесота*], *New York* [*Нью-Йорк*], *New Zealand* [*Новая Зеландия*], *Pakistan* [*Пакистан*], *Paris* [*Париж*], *Wuhan* [*Ухань*]; среди них 47% названий обозначали локальные объекты, например *Chelsea* [*Челси*],

England [*Англия*], *Great Britain* [*Великобритания*], *Leeds* [*Лидс*], *Liverpool* [*Ливерпуль*], *London* [*Лондон*], *Manchester* [*Манчестер*], *Nottingham* [*Ноттингем*], *Wembley* [*Уэмбли*].

(1) The best tennis betting sites in **the UK** for 2024 (The Independent). / Лучшие сайты для ставок на теннис в Великобритании в 2024 году (здесь и далее перевод выполнен авторами статьи. – *Ю. Ф.*, *Ли Чэньян*).

(2) Diamond League finals return to **Zurich** as 2025 schedule revealed (The Independent). / Финалы Бриллиантовой лиги возвращаются в Цюрих: расписание на 2025 год.

(3) England wrap up historic Test win in **Pakistan** as Leach lands final blows (The Guardian). / Благодаря сокрушительным ударам Лича Англия одерживает историческую победу на соревнованиях в Пакистане.

В спортивных новостях на китайском языке число географических названий составило около 60 единиц, которые на 15% превышали географические названия в английских новостях, например *Angola* [*Ангола*], *Baltimore* [*Балтимор*], *Cambodia* [*Камбоджа*], *Hollywood* [*Голливуд*], *Japan* [*Япония*], *Mongolia* [*Монголия*], *Myanmar* [*Мьянма*], *Palestine* [*Палестина*], *Slovenia* [*Словения*], *Tanzania* [*Танзания*], *Turkey* [*Турция*]; при этом 60% относились к местным топонимам, таким как *广西* [*Гуанси*], *六盘水* [*Люпаньшуй*], *贵州* [*Гуйчжоу*], *成都* [*Чэнду*], *上海* [*Шанхай*], *贵州* [*Гуйчжоу*], *杭州* [*Ханчжоу*], *北京* [*Пекин*], *浙江* [*Чжэцзян*].

(4) 斯洛文尼亚将资助体育活动促进公众健康 (The Beijing News). / Словения будет финансировать спортивные мероприятия для укрепления здоровья населения.

(5) 2024中国国际体育用品博览会在成都开幕 (Xinhua). / В 2024 в Чэнду открывается Китайская международная выставка спортивных товаров.

(6) 北京将举办2027年世界田径锦标赛 (Beijing Daily). / В 2027 году в Пекине пройдет чемпионат мира по легкой атлетике.

Личные имена

В заголовках медиастатей английских газет встречаются около 100 личных имен, в то время как в заголовках китайских газет – около 20 личных имен, которые составляют лишь 23% от числа имен в английских названиях. Антропонимы на английском языке по количеству в два раза превышают топонимы; при этом в китайском языке топонимы в три раза превышают число антропонимов.

(7) Aston Villa's ***Jordan Nobbs***: 'Little ***Modric***? I'm going to write that down and keep it' (The Guardian). / Джордан Ноббс из «Астон Виллы»: «Маленький Модрич? Я собираюсь записать это и сохранить».

(8) ***Si Jiahui*** makes first maximum break to dump out ***Judd Trump*** at Wuhan Open (The Independent). / Си Цзяхуэй делает первый максимальный брейк и выбивает Джадда Трампа из турнира Wuhan Open.

(9) ***Dimitrios Pelkas*** reveals Greece wanted England game postponed after death of ***George Baldock*** (The Independent). / По словам Димитриоса Пелкаса, после смерти Джорджа Болдока Греция хотела перенести игру с Англией на более поздний срок.

(10) 奥运会 | Garnbret 连续获得运动攀岩金牌，创造奥运历 (Xinhua). / Олимпиада | Гарнбрет завоевала две золотые медали в спортивном скалолазании, установив олимпийский рекорд.

(11) 新的历史！*张之臻*和*商俊成*双双闯入 职业网球协会 巡回赛总决赛 (China Youth Daily). / Новая страница в истории! Чжан Чжичжэнь и Шань Цзюньшэн вышли в финал итогового турнира ATP.

(12) 英雄联盟项目运动员白家浩和喻文波退出亚运会名单 (People's Daily). / Спортсмены из Лиги Легенд Бай Цзяхао и Юй Вэньбо исключены из состава участников Азиатских игр.

Комплексные имена собственные

В отличие от личных имен, названия организаций и других комплексных объектов примерно одинаковы по количеству в заголовках новостей на английском и китайском языках (около 60 и 70 соответственно). Различные имена собственные определяют семантическую наполненность и тематическую принадлежность содержания медиастатей к спортивной сфере. Примеры комплексных имен собственных на английском языке следующие: *Arsenal* [*Арсенал*], *Diamond League* [*Бриллиантовая лига*], *F1* [*Формула 1*], *FA* [*Футбольная ассоциация*], *FIA* [*Международная автомобильная ассоциация*], *FIFA* [*ФИФА*], *Grand Slam Track* [*Трасса Большого шлема*], *Haas* [*Хаас*], *Red Roses* [*Красные розы*], *Seahawks* [*Морские ястребы*], *VAR* [*видеопомощники судьи*], *WSL* [*Мировая лига сёрфинга*], *WXV* [*Ежегодные соревнования по регби среди женщин*]; примерами на китайском языке служат следующие: *国际奥委会* [*Международный олимпийский комитет*], *运动攀岩比赛* [*Соревнования по спортивному скалолазанию*], *法国公开赛* [*Открытый чемпионат Франции по футболу*], *巴黎奥运会* [*Парижская Олимпиада*], *市体育局* [*Муниципальное спортивное бюро*], *奥林匹克博物馆* [*Олимпийский музей*], *跳台滑雪平台* [*Платформа для прыжков с трамплина*], *足球联赛* [*Футбольная лига*].

Числовые данные

Использование числовых данных в публицистическом дискурсе находится в соответствии с принципом объективности дискурсивной эвристики при создании социально значимого контента. В новостных заголовках на китайском языке были выявлены 34 случая включения цифровых данных, в то время как на английском языке их общее число составило лишь 18. Полученные сведения подтверждают более детальный подход китайских журналистов и их стремление к повышению достоверности содержательного компонента дискурса.

(13) Forest fined £750,000 for Attwell VAR post (BBC). / «Форест» оштрафован на 750 000 фунтов стерлингов за пост Этвелла в режиме VAR.

(14) 北京冬奥会盈余5200万美元 (People's Daily). / Профицит на зимних Олимпийских играх в Пекине составил 52 миллиона долларов.

Цитации и прямая речь

Присутствие цитат повышает важность информации, ее убедительность, точность и достоверность в глазах реципиентов (Соболева, 2022). Благодаря интертекстуальной природе наличие цитат актуализирует

сообщение и способствует укреплению доверия читателей к содержанию новостей. Прямая речь или отдельные элементы цитации, заключенные в кавычки, являются структурно-композиционным элементом организации текста и принимают участие в формировании концептуально-семантического компонента категории информативности публицистического дискурса. В количественном отношении цитаты в английских заголовках характеризуют четвертую часть изученного материала и встречаются в два раза чаще, чем в новостях на китайском языке. Кроме того, в отличие от английских новостей, заголовки на китайском языке не приводят полноформатные цитаты, а содержат лишь отдельные их фрагменты, заключенные в кавычки.

(15) 'Rugby needs the money – going to the Middle East is inevitable' (The Times). / «Регби нужны деньги – поездка на Ближний Восток неизбежна».

(16) Hull KR's Ryan Hall: 'It was the human pull of this club that got me' (The Guardian). / Райан Холл из «Халл Кингстон Роверс» заявил: «Именно человеческое отношение послужило причиной моего перехода в этот клуб».

(17) 'Part of me left with them': Djokovic on Nadal, Federer and Murray retiring (The Guardian). / «Часть меня ушла вместе с ними»: Джокович об уходе Надаля, Федерера и Мюррея.

(18) 这场"智能+体育"的国际会议上，3项数智体育成果发布 (Beijing Daily). / Три достижения в области цифрового спорта были представлены на Международной конференции «Интеллект + спорт».

Прагмемы с оценочной семантикой

Прагмема не обладает ярко выраженным коннотативным значением, однако связана с мировоззренческими установками, картиной мира носителей языка и содержит ингерентную оценочную семантику благодаря сочетанию субъективных и объективных факторов в процессе формирования значения (Савина, 2014). Такие примеры, как *гений*, *мудрец* обладают положительным значением, в то время как *старомодный*, *безнаказанный*, *интрига*, *компрометировать* характеризуются отрицательной ингерентной семантикой. При этом следует помнить, что особенностью прагмем является манифестация полюса оценочного значения при их контекстуальном употреблении.

На рассмотренном материале были выявлены лексические единицы – прагмемы, обладающие внутренним значением с объективированной оценкой, способствующей формированию импликативного содержания дискурса. Число прагмем с положительной коннотацией на англоязычном материале насчитывает 37 (*success* [*успех*], *revival* [*возрождение*], *dream* [*мечта*], *win* [*выиграть*], *emphasize* [*подчеркивать*], *best* [*лучший*], *recover* [*восстановиться*], *help* [*помощь*], *unbeaten* [*непревзойденный*]), на китаеязычном материале – в два раза больше, 78 (*有趣* [*увлекательный*], *提高* [*расти*], *继承* [*преуспеть*], *促进* [*продвигать*], *增进* [*повышать*], *合作* [*сотрудничество*], *享受* [*удовольствие*], *光荣的* [*почетный*], *美妙未来* [*прекрасное будущее*], *福* [*счастье*], *诚实* [*честность*], *进步* [*прогресс*], *新能源* [*новая энергия*], *利润* [*профицит*], *庆祝* [*праздновать*], *风景优美的* [*живописный*]).

(19) Finalists Wigan and Hull KR offer blueprint for success (BBC). / Финалисты «Уиган» и «Халл Кингстон Роверс» предлагают план успеха.

(20) Difficult second camp? Bellamy tunes up Wales revival (BBC). / Трудный второй сбор? Беллами настраивается на возрождение Уэльса.

(21) Are Liverpool the real deal? What the data says about Slot's dream start (The Guardian). / Является ли «Ливерпуль» настоящей командой? Что говорят данные о старте мечты Слота?

(22) 保定竞秀区：亲子运动会 运动更快乐 (People's Daily). / Район Баодин Цзинцзю: спортивные игры делают родителей и детей счастливее.

(23) 羽毛球运动蓬勃发展，西南地区羽毛球市场蓬勃发展 (The Beijing News). / Рынок бадминтона на Юго-Западе быстро развивается благодаря успехам в спорте.

(24) 奥运会 | 专题：与朋友一起欣赏奥运 (Xinhua). / Олимпиада | Особенности: Наслаждайтесь Олимпиадой с друзьями.

Обратная ситуация наблюдается в отношении лексических единиц с отрицательным полюсом значения. Прагмемы с негативной коннотацией насчитывали 52 примера на англоязычном материале (*sack* [*уволить*], *hard* [*трудный*], *issue* [*проблема*], *deplete* [*закончиться*], *difficult* [*сложный*], *death* [*смерть*], *wary* [*настороженно*], *embarrassed* [*сбитый с толку*], *failure* [*неудача*], *struggle* [*борьба*], *controversy* [*противоречие*], *sue* [*подать в суд*], *problem* [*проблема*], *injury* [*травма*], *hoodoo* [*навести порчу*], *hostility* [*враждебность*], *mistake* [*ошибка*]) и лишь 19 примеров на китаеязычном материале (*恐怖主义* [*терроризм*], *解雇* [*уволить*], *起诉* [*подать в суд*], *严厉的惩罚* [*суровое наказание*], *遭受* [*страдать*], *怀疑* [*сомнение*], *伤心* [*унылый*], *撤回申请* [*отозвать заявку*], *判有罪* [*признать виновным*]).

(25) Scotland's injury crisis reveals a deeper problem (The Independent). / Высокий уровень травматизма в Шотландии свидетельствует о более глубокой проблеме.

(26) Darren Fichardt narrowly misses out on 59 after flying start at Alfred Dunhill (The Independent). / Даррен Фихардт не дотянул до 59 баллов после успешного старта на турнире Alfred Dunhill.

(27) No strikers & false nines – an experiment that ended in failure (Sunday Times). / Без нападающих и ложных девяток – эксперимент, который закончился неудачей.

(28) 广西平果哈寮足球俱乐部解聘体育总监及助理教练 (Xinhua). / Футбольный клуб Гуанси Пингуо Хариао уволил спортивного директора и помощника тренера.

(29) 澳大利亚体育诚信组织负责人呼吁对犯有种族主义罪的运动员进行严厉惩罚 (Xinhua). / Глава организации «Спортивное единство Австралии» призывает к жестким наказаниям для спортсменов, виновных в правонарушениях на почве расизма.

(30) 研究：患有 TBI 的运动员六个月后仍受痛苦 (The Beijing News). / Исследование: спортсмены с черепно-мозговой травмой продолжают испытывать трудности спустя шесть месяцев.

Выявленные различия свидетельствуют о тенденции англоязычных средств массовой информации (СМИ) к освещению спортивных событий в более негативном ключе, в то время как китаеязычных СМИ – к более положительному импликативному фону.

Стилистика и персуазивный эффект

Персуазивность достигается наиболее эффективным способом за счет употребления стилистических тропов и фигур, таких как метафора, гипербола, антитеза (Прошина, Терехова, 2024; Филясова, 2023b). Стилистические приемы как средства создания образности оказались наименее частотным явлением в спортивных заголовках, не превысив 10% лексических единиц на рассмотренном материале, как на английском, так и китайском языке. Основным стилистическим приемом стала метафора: например, «Святой Грааль» (holy grail), вынесенная в заголовок спортивной новости, обозначает труднодостижимую цель – наивысшую олимпийскую награду в парусном спорте и выполняет гиперболизирующую функцию в целях воздействия на сознание читателей. Аналогично, «драгоценный камень» (gem) предстает в качестве заработанного очка, имеющего решающее значение для бейсбольной команды.

(31) Ben Ainslie goes for holy grail – but daughter thinks he'll come second (The Times). / Бен Эйнсли стремится к заветной мечте, но дочь считает, что он будет вторым.

(32) Gerrit Cole's gem lifts New York Yankees past Kansas City Royals back into ALCS (The Guardian). / Заработанное очко Геррита Коула поднимает «Нью-Йорк Янкиз» над «Канзас-Сити Роялз» и возвращает их в Чемпионскую серию американской лиги.

(33) 全民参与为中国冬季运动精英铺平道路 (Xinhua). / Всенародное участие прокладывает путь к формированию элиты в зимних видах спорта в Китае.

(34) 联合国难民署亲善大使杨扬称体育为难民开辟道路 (Xinhua). / Посол доброй воли УВКБ ООН Янг Янг говорит, что спорт открывает возможности для беженцев.

В новостях на китайском языке встречаются стертые метафоры, например, 铺平 / pave way for / «проложить путь для кого-либо», 民开辟道路 / blazing a trail for / «проложить путь для кого-либо», которые эксплицируют образы на основе сходства прямого и переносного значений, формируя положительный эмоциональный фон. Благодаря семантической многослойности стертые метафоры отражают мыслительные процессы, создают ассоциативные связи и органично интегрируются в функционально персуазивный и аттрактивный публицистический дискурс.

Таким образом, соотношение видов информации в спортивном публицистическом дискурсе неодинаково и характеризуется достаточно четкой иерархической структурой. Доминантную функцию выполняет содержательно-концептуальная информация, за ней следует фактуальная и, наконец, третье место по частотности занимает импликативная информация (Диаграмма 1). Следовательно, процесс создания заголовков спортивных новостей с точки зрения категории информативности незначительно подвержен явлению релятивизма, т. е. зависимости публицистической репрезентации от социально-культурных условий.

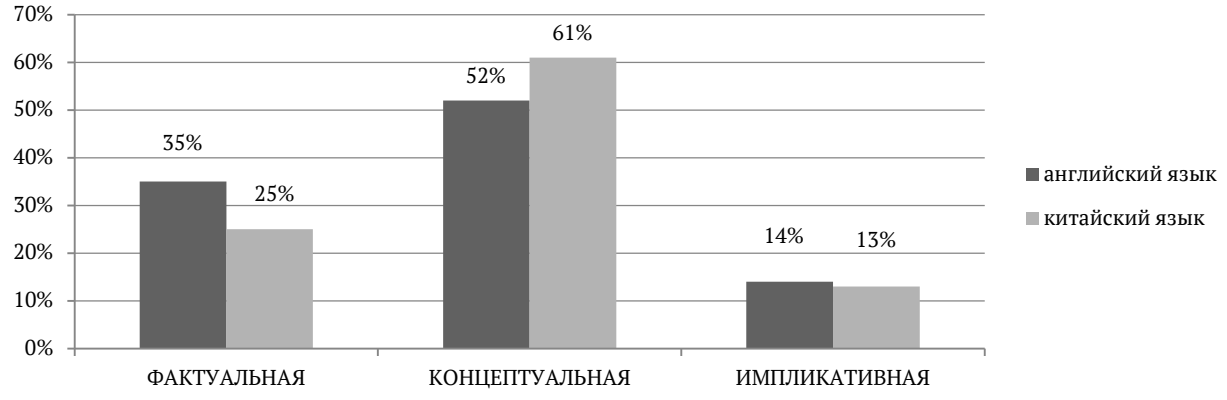

Диаграмма 1. *Виды информации в заголовках спортивного публицистического дискурса*

На рассмотренном материале были получены сходные тенденции в репрезентации категории информативности в заголовках спортивного публицистического дискурса на материале английского и китайского языков. Около половины языковых средств направлены на выражение содержательно-концептуального вида информации – 52% в английских и 61% в китайских заголовках. Треть заголовков включает фактуальный (35% на материале английского языка, 25% на материале китайского языка) и импликативный (13-14% на материале каждого отдельного языка) виды информации.

Заключение

В результате проведенного анализа было установлено, что спортивный публицистический дискурс представляет собой область коммуникации, ориентированную на передачу как содержательно-концептуальной информации, так и эмоциональной окраски спортивных событий. Фактуальная информация играет ключевую

роль, поскольку сообщает важные сведения о местах проведения спортивных мероприятий, времени, результатах матчей и соревнований, готовности стадионов к проведению игр, повышая точность и достоверность информационного содержания новостей. На материале спортивного дискурса фактуальная информация занимает от 25% до 35% от общего объема контента. В публицистическом дискурсе на английском языке фактуальная информация, выраженная именами собственными – топонимами, антропонимами, названиями организаций и др., – на 10% превышает объем фактической информации в аналогичном дискурсе на китайском языке. При этом числовые данные чаще встречаются в заголовках на китайском, чем на английском языке. Полученные данные свидетельствуют о стремлении к детальной и персонифицированной репрезентации новостей в области спортивной тематики. Необходимо также отметить, что упоминание имен собственных способствует построению ментальных связей в сознании целевой аудитории читателей на основе ассоциаций с фаворитами в области спорта (спортсменами, клубами, тренерами, командами, спортивными объектами) и формированию ожиданий высоких спортивных достижений.

Доля содержательно-концептуальной информации составила около 40% на материале английского языка и около 50% на материале китайского языка. Образные средства передачи информации включали в основном метафоры, которые не превысили 10% языкового объема новостных заголовков. Из полученных данных следует, что языковые средства выразительности на рассмотренном спортивном публицистическом дискурсе представлены минимально; тем не менее метафоры, сравнивающие спортивные успехи с труднодостижимыми объектами из области мифологии, создают яркие и запоминающиеся образы в сознании читателей.

Импликативная информация как сложный и многоуровневый дискурсивный феномен представляет собой один из ключевых аспектов коммуникации, выполняя важную роль в декодировании смыслов адресатом, находящихся на уровне подразумеваемого смысла при порождении высказывания авторами медиасообщений. Категория импликативности охватывает широкий спектр семантических и прагматических явлений благодаря использованию прагмем с ингерентной оценочной семантикой. На рассмотренном материале было выявлено, что спортивные новости на английском языке содержат гораздо больше сообщений с негативной импликацией. Журналистская подача спортивных событий на китайском языке, напротив, отличается более позитивной окраской. Данное различие достигается не за счет эксплицитных языковых средств, а с помощью лексических единиц с объективированной семантикой ингерентной оценки. В результате новости на китайском языке оказывают в большей степени положительный прагматический эффект по сравнению с риторикой изложения на английском языке.

Подводя итог, можно утверждать, что спортивный публицистический дискурс представляет собой сложное взаимодействие различных уровней информативности, направленной на привлечение широкой аудитории читателей. Ценностный потенциал рассмотренных видов информации заключается в передаче актуальных сообщений релевантного концептуально-фактуального содержания с использованием некоторых стилистических приемов. Несмотря на то, что концептуальная информация является основной в контексте спортивных новостей, она не может существовать без добавления фактов и языковых средств, обладающих оценочностью и образностью, которые не только информируют, но и способствуют формированию определенных когнитивных представлений и эмоциональных связей.

Дальнейшие сопоставительные исследования помогут изучить межъязыковые сходства и различия в репрезентации категории информативности на материале публицистического дискурса. Подобные контрастивные исследования будут способствовать выявлению не только языковых, но и лингвокультурных особенностей, опирающихся на разные признаки когнитивных и мировоззренческих категорий в историческом и культурном сознании носителей языков.

Источники | References

1. Басовец И. М. Взаимосвязь категории информативности и механизмов субъектной референции в белорусско- и англоязычном интервью // Журнал Белорусского государственного университета. Филология. 2023. № 1.
2. Богинская О. А. Бустеры как метадискурсивное средство персуазивности в защитительной речи // Дискурс профессиональной коммуникации. 2024. Т. 6. № 1.
3. Вальтер Н. В. Текстовая категория информативность в событийном репортаже // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Т. 3. № 4 (12).
4. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: URSS, 2007.
5. Голубева Т. И. Связь темпоральной структуры произведений мемуарного жанра с видами информации и композиционно-речевыми формами изложения (на материале дневников и воспоминаний) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 8-2 (74).
6. Гусева А. Е., Мальцева Л. Г. Интерпретирующий характер лексической категории «речевое воздействие» (на материале русского и английского языков) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 1.
7. Дроздова Т. В., Нечепоренко Н. М. Реализация категории информативности в научном тексте: когнитивно-дискурсивный подход // Гуманитарные исследования. 2012. № 2 (42).
8. Задорнова В. Я., Захарова А. В. Роль ключевых слов в организации художественного текста (на материале романа О. Уайльда «Портрет Дориана Грея») // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 27. № 4.
9. Князева Е. Г., Соболева Е. В. Языковые средства реализации информативности в англоязычном публицистическом тексте // Вопросы прикладной лингвистики. 2024. № 55.

10. Коваленко С. П. Информационная перспектива мемуарных текстов // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2014. Т. 2. № 6 (11).
11. Козловский Д. В. Мультимодальные средства актуализации категории «эвиденциальность» в массмедийном дискурсе // Дискурс профессиональной коммуникации. 2023. № 5 (2).
12. Кононова М. В. Проблематика классификации приемов речевого воздействия (на основе новостных видеоматериалов англоязычных СМИ) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2024. Вып. 7 (888).
13. Ларионова М. В., Демкина А. В. Хештег как лингвокогнитивная единица испанского политического дискурса // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 3.
14. Левченко М. Н. Категория информативности в философском тексте // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 1.
15. Леонтович О. А. Позитивная коммуникация: постановка проблемы // Russian Journal of Linguistics. 2015. № 1.
16. Окунькова Е. А. Лингвостилистические, синтаксические и семантические признаки британских медиатекстов // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Лингвистика». 2012. № 1.
17. Плешкова Д. С. Сарказм в американском конфронтационном кинодискурсе: способы вербализации и проблемы перевода на русский язык // Дискурс профессиональной коммуникации. 2023. Т. 5. № 1.
18. Прошина З. Г., Терехова Е. В. Зоометафора как основа образности политического медиа- и интернет-дискурса // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 27. № 1.
19. Ремчукова Е. Н., Кузьмина Л. А. «Прецедентный мир» Ф. М. Достоевского в социокультурном и «игровом поле» современных медиа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 1.
20. Рябова Е. С. Категория информативности и ее экспрессивный потенциал в англоязычном газетном тексте // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2011. Т. 13. № 2-3.
21. Савина А. П. Прагмема как единица оценочной лексики // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2014. № 1.
22. Самохвалова Л. Д. Особенности проявления категории информативности в рекламном тексте (на материале рекламы недвижимости) // Русский язык как иностранный и методика его преподавания. 2017. № 28.
23. Скребова Е. Г., Бойчук Ю. В. К вопросу об анализе текстов немецкого автомобильного медиадискурса в аспекте категории информативности // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики. 2018. № 3.
24. Соболева Е. В. Специфика категории информативности публицистического текста // Военно-филологический журнал. 2022. № 1.
25. Сюй Х., Ван Л. Двунаправленность и бесконечность связи знака и смысла в процессе семиозиса // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2024. Вып. 10. № 4.
26. Филясова Ю. А. Репрезентация эмотивных коннотаций английских новостных заголовков при переводе на русский язык // Вопросы современной лингвистики. 2023a. № 4.
27. Филясова Ю. А. Функционально-семантическое поле английских концептуальных метафор heaven и hell в новостных медиазаголовках // Дискурс профессиональной коммуникации. 2023b. Т. 5. № 3.
28. Юдина Т. В. Передача категории информативности при переводе маркетингового текста // Studia Linguistica. 2021. № 30.
29. Khramchenko D. S. How headlines communicate: A functional-pragmatic analysis of small-format texts in English-language mass media // Training, Language and Culture. 2023. Vol. 7. No. 2.
30. Shirobokova L. P., Perkova E. L. The role of the informativity category in the formation of the law text type (on the example of the German language) // Russian Linguistic Bulletin. 2021. Vol. 1 (25).

Информация об авторах | Author information

RU

Филясова Юлия Анатольевна[1], к. филол. н.
Ли Чэньян[2]
[1, 2] Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург

EN

Yulia Anatolyevna Filyasova[1], PhD
Chenyan Li[2]
[1, 2] Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg

[1] *phill.yield@gmail.com,* [2] *1135260454@qq.com*

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 02.01.2025; опубликовано online (published online): 04.02.2025.

Ключевые слова (keywords): элементы новостной статьи; категория информативности в спортивном дискурсе; содержательно-фактуальная информация; содержательно-концептуальная информация; импликативная информация; components of a news story; informativeness category in sports discourse; content-factual information; content-conceptual information; implicative information.