

9. *Silverman, K.* TOBI: A Standard for Labeling English Prosody / K. Silverman [et. al.] // Proc. of the 2nd Intern. Conf. on Spoken Language Proc., Banff (Canada), Oct. 13–16, 1992. – Banff, 1992. – P. 867–870.
10. *Ockenden, M.* Situational Dialogues / M. Ockenden. – Rev. ed. – London : Longman, 2005. – 96 p.
11. *Насонова, Т. М.* Индивидуальное варьирование в просодическом членении английской фразы : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Т. М. Насонова. – Минск, 2006. – 145 л.
12. *Рускевич, Л. В.* Взаимодействие просодических и лексико-семантических средств в выражении экспрессивности в современном английском языке : (экспериментально-фонетическое исследование) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Л. В. Рускевич. – Минск, 2013. – 160 л.
13. *Crystal, D.* Prosodic Systems and Intonation in English / D. Crystal. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1969. – 390 p.
14. *Kingdon, R.* Groundwork of English Intonation / R. Kingdon. – London : Longmans Green, 1958. – 272 p.

The article is concerned with the problem of speech perception in general and utterance prosody perception in particular. The study reveals the most perceptually stable and variable elements of the prosodic structure of an English utterance as well as the objective reasons for the invariance and variability of their identification by phonetically trained listeners.

Поступила в редакцию 28.05.18

А. Е. Крючкова, А. С. Макеенко

СТРУКТУРНЫЕ И ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ НА ФРАНЦУЗСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

До настоящего времени исследованием пресс-релиза занимались в основном маркетологи и специалисты в области международных отношений. В поле зрения филологов он попал сравнительно недавно. В свете вышесказанного до сих пор не получили лингвистической интерпретации функции пресс-релиза в деятельности международных организаций, не была объяснена специфика его написания в разных языках в зависимости от культурного контекста. Анализ лексических, грамматических и структурных особенностей пресс-релизов Организации Объединенных Наций на французском и английском языках, изложенный в предлагаемой статье, направлен на решение именно этого круга вопросов.

В современных научных работах пресс-релиз рассматривается как один из основных жанров PR-коммуникаций, выполняющий информирующую и воздействующую функцию. Исследователи этого вида текстов обратили внимание на такие особенности, как избыточность информации, однозначность слов, использование специальной терминологии, именной характер изложения.

Сегодня существует большое разнообразие типов пресс-релизов, каждый из которых выполняет определенную функцию.

А. Н. Чумиков делает обоснование двум видам пресс-релизов – *релиз-анонс* и *новостной пресс-релиз*. В основе этого деления лежит характер передаваемой информации [1, с. 78–80].

М. А. Шишкина также описывает два типа, но ее классификация основывается на поставленных перед журналистом задачах – *текущий*, предназначенный для регулярной рассылки в СМИ, и *тематический* (событийный), посвященный важным для организации событиям или акциям [2, с. 98].

В современной теории журналистики даны характеристики отдельного жанра, который называется *аналитический пресс-релиз*. Здесь речь идет о подборке «информационных сообщений, рассказывающих о достоинствах какой-то организации или отдельной личности» [3, с. 216].

На официальном сайте Организации Объединенных Наций (ООН) представлены *справочный* и *сводный пресс-релизы*, которые непосредственно отражают специфику деятельности Организации [4].

Анализируемые в данной статье пресс-релизы ООН не могут быть отнесены ни к одному из перечисленных выше типов, так как их основная задача заключается в том, чтобы показать значимость самой Организации в мире. На это указывает частотное использование таких структур, как *Je prie instamment* ‘я настоятельно прошу’, *j'exhorte* ‘я побуждаю’, *j'engage* ‘я призываю’, *travaillons tous ensemble* ‘давайте работать вместе’, *les membres de notre famille* ‘члены нашей семьи’, *only by working together* ‘только совместными усилиями’ и др. в основной части. Как видим, здесь не просто описано определенное событие, а идет воздействие на публику с целью призвать ее к действию. Исходя из этого, можно выделить новый вид пресс-релиза – *релиз-призыв*, который соответствовал бы в полной мере функциям и структурным особенностям текстов, о которых идет речь в статье.

Средний объем пресс-релиза ООН на французском языке составляет 497 слов, что в полтора раза превышает общепринятую норму, определяемую современными маркетологами для этого вида письменной коммуникации (не более 300 слов) [5, с. 29]. Объем пресс-релиза на английском языке на 27 % меньше французского и в среднем составляет 343 слова, что с незначительным превышением ($\approx 16\%$) отвечает требованиям. Это объясняется тем, что в пресс-релизах на французском языке используется большое количество эмоционально-оценочных лексем, речь о которых пойдет ниже, а на уровне синтаксиса отмечается частотность сложноподчиненных предложений, которые в английском языке передаются упрощенными конструкциями.

Все структурные части пресс-релиза ООН – заголовок, первый абзац, который в краткой форме передает основную идею последующего послания, и основная часть – также имеют свою специфику.

Заголовок является предельно развернутым и представлен цитатой из выступления Генерального секретаря. В ходе сравнения заголовков на французском и английском языках было установлено их частичное совпадение.

Ср. : *Journée mondiale du tourisme: le tourisme est un « sauf-conduit vers la paix et la prospérité » affirme le Secrétaire général* ‘Всемирный день туризма: путешествия – «гарантия мира и процветания», – утверждает Генеральный секретарь ООН’ и *Universal Accessibility Central to Responsible, Sustainable Travel Policies, Secretary-General Says in Message for World Tourism Day* ‘Всеобщая доступность определяет надежную и устойчивую политику в сфере туризма, – говорит Генеральный секретарь в послании к Всемирному дню туризма’.

Более того, отмечается и еще одна интересная тенденция. Во французском и английском языках в качестве заголовков к одному и тому же пресс-релизу могут быть выбраны разные цитаты из речи Генерального секретаря. Так как восприятие информации самым непосредственным образом зависит от культурных особенностей и менталитета, то один и тот же заголовок, по всей вероятности, воспринимался бы по-разному представителями франкоязычного и англоязычного сообщества. С целью «уровнять» обе аудитории семантические акценты расставляются в соответствии с языковой принадлежностью адресата.

Первый абзац информативно и структурно одинаков для каждого пресс-релиза ООН. В нем даны ответы на основные вопросы: *Кто?, Что?, Где?, Когда?* и *Почему?*.

Ядром *основной части* является цитата Генерального секретаря ООН.

В структуре пресс-релиза ООН можно также выделить своего рода заключение, в котором Генеральный секретарь еще раз подчеркивает важность проблемы, описанной в основной части, и призывает к принятию соответствующих действий. Как в английском, так и во французском текстах, оно характеризуется повторами уже представленной выше информации и обязательным наличием глаголов, призывающих к действию:

À l’occasion de la Journée internationale de l’alphabétisation, j’engage les gouvernements et leurs partenaires à conjuguer leurs efforts en faveur d’une alphabétisation universelle... ‘По случаю **Международного дня грамотности я призываю** правительства и их партнеров объединить усилия для достижения всеобщей грамотности’;

On this International Day, let us keep our « Eyes on Diabetes » ‘**В этот Международный день давайте не будем отрывать «глаз от диабета»**’.

Как было отмечено выше, основная задача пресс-релизов ООН заключается в привлечении внимания общественности к наиболее важным проблемам современного мира. В этой связи для исключения потенциально возможного искажения смысла в посланиях ООН употребляются доступные для понимания однозначные слова: *vivre dans la paix* ‘жить в мире’; *garantir la dignité et l’égalité* ‘гарантировать достоинство и равенство’; *les changements climatiques* ‘климатические изменения’; *les droits de l’homme* ‘права человека’; *ending the AIDS epidemic* ‘прекращение эпидемии СПИДа’; *a human rights violation* ‘нарушение прав человека’; *future of peace, dignity and prosperity on a healthy planet* ‘будущее на мирной, достойной, процветающей и здоровой планете’.

Закономерным для пресс-релизов ООН как на английском, так и на французском языках является избыточное в зависимости от тематики повторение ключевых слов, таких как *personnes faibles/the weak* ‘слабые люди’; *victimes/victims* ‘жертвы’; *les personnes âgées/seniors/old persons* ‘пожилые люди’; *les femmes/women* ‘женщины’; *les personnes jeunes/young people* ‘молодые люди’; *les jeunes enfants/young children* ‘дети младшего возраста’; *les enfants de moins de 15 ans/children under 15* ‘дети младше 15 лет’ и т.п. Так, например, в тексте на английском языке, в котором речь идет о повсеместном принижении достоинства людей в возрасте, ключевое словосочетание *older persons* ‘пожилые люди’ встречается с частотностью 15 раз на 440 слов (1/29).

Уже представленная ранее информация также может переписываться несколько раз:

The International Day of Older Persons is our chance to take a stand against the destructive problem of ageism... ‘В Международный день пожилых людей мы имеем возможность **выступить против пагубной дискриминации по возрасту...**’ и далее *Ending ageism and securing the human rights of older persons is an ethical and practical imperative...* ‘**Положить конец дискриминации по возрасту** и обеспечить защиту прав пожилых людей безусловно необходимо как с этической, так и с практической точки зрения...’ или *Rejecting all forms of ageism and working to enable older persons to realize their potential...* ‘**Остановить все формы дискриминации по возрасту** и приложить усилия для того, чтобы пожилые люди могли реализовать свой потенциал...’.

Стоит отметить тот факт, что повторы имеют место и при указании временного среза, о котором идет речь в послании. Тем самым акцент смещается на актуальность описываемого события. При этом временные коннекторы стоят в сильной позиции в начале предложения перед подлежащим, отделяясь от него графически запятой, а в речи – паузой:

En cette Journée mondiale de la santé mentale, l'Organisation des Nations Unies aimerait souligner qu'il est essentiel de pouvoir offrir des soins de santé mentale à toutes les personnes qui en ont besoin... ‘**Сегодня, во Всемирный день** психического здоровья, Организация Объединенных Наций хотела бы подчеркнуть необходимость оказания помощи всем тем, кто в ней нуждается...’ и далее *En cette Journée mondiale de la santé mentale, exprimons notre compassion et notre empathie à l'égard de ceux qui ont survécu à un épisode traumatique* ‘**Сегодня, во Всемирный день** психического здоровья я призываю всех нас проявить сострадание и сочувствие к тем, кто пережил кризис’.

Очевидной особенностью пресс-релизов ООН на французском языке является употребление большого количества эмоционально-оценочных наречий, прилагательных и глаголов: *je prie instamment* ‘я настойчиво прошу’; *je suis ravi* ‘я рад’; *je félicite chaleureusement* ‘я от всей души поздравляю’; *nous avons impérativement besoin* ‘мы очень нуждаемся’; *voyage inoubliable* ‘незабываемое путешествие’ и т.п. В текстах на английском языке

такие лексемы практически отсутствуют, что самым непосредственным образом оказывает влияние на общий объем информации и говорит о ее более нейтральном оформлении.

Для пресс-релизов на французском языке характерно и разнообразие логических коннекторов противопоставления (*mais* ‘но’, *bien que* ‘хотя’, *malgré* ‘несмотря на’):

Les progrès sont manifestes, mais les acquis restent fragiles ‘Прогресс очевиден, но достигнутые успехи по-прежнему не имеют под собой прочной основы’;

Bien que l'on dise souvent qu'elles jouissent d'un respect particulier, la réalité est que dans un trop grand nombre de sociétés les personnes âgées se voient imposer des limites... ‘Несмотря на то, что часто говорят, что пожилые люди пользуются особым уважением, на самом деле во многих странах их возможности ограничивают...’.

В английском языке им соответствует лишь один союз *while* с идентичным значением ‘несмотря на’ и ‘в то время как’:

While there is clear progress, gains remain fragile ‘Несмотря на очевидный прогресс, достигнутые успехи по-прежнему не имеют под собой прочной основы’.

Проведенное исследование грамматической организации показало, что в текстах ООН используются разнообразные грамматические средства, основная цель которых передать отношение говорящего к событию, о котором идет речь.

Так, во французском языке активно употребляется сослагательное наклонение, которое призвано для того, чтобы передавать чувства и отношение говорящего к описываемому событию, создавая при этом экспрессивность текста. В пресс-релизах на английском языке эта выразительность утрачивается в результате использования иных средств передачи идентичного смысла – инфинитивных конструкций, герундия, лексических средств или союзов.

Ср.: *Je demande que des mesures soient prises pour lutter contre la violation des droits de l'homme* и *I call for measures to address this violation of human rights* ‘Я прошу, чтобы были приняты меры в борьбе против нарушения прав человека’. Как видим, в английском языке сослагательное наклонение выражено инфинитивным оборотом с предлогом в простом предложении.

В самом общем плане, использование сложных синтаксических конструкций, контекстуальных и лексических синонимов делают пресс-релиз более развернутым, что в первую очередь специфично для французского языка.

В обоих языках используется условное наклонение в независимом и придаточном предложениях, которое передает значение возможного и желательного действия. Ср.: *Je voudrais aussi exprimer ma profonde gratitude...* и *I would also like to express my deep appreciation...* ‘Я также хотел бы выразить свою глубокую признательность...’.

Модальные глаголы в пресс-релизах на английском языке передают категоричность действия, которая не свойственна модальным глаголам французского языка. Ср.: *La valeur symbolique d'une journée sans combats nous rappelle de façon opportune que les conflits **peuvent et doivent prendre fin*** и *The symbolism of a day without fighting is a crucial reminder that conflict **can and must come to an end*** 'Символическое значение каждого дня без боевых действий это лучшее напоминание о том, что конфликтам **можно и необходимо положить конец**'. Французский глагол *devoir* 'быть должным' указывает на необходимость действия, *pouvoir* 'мочь' – на возможность его исполнения. Модальный же глагол *must* семантически более наполнен и подчеркивает требование прекращения огня.

Использование конструкции *let us* в английских пресс-релизах и формы первого лица множественного числа императива во французских еще раз подчеркивают направленность данного вида коммуникации на **призыв** к действию:

*Tous ensemble, **mobilisons-nous** en faveur de la dignité et de l'égalité de tous les êtres humains / **Let us** all work together to help all human beings achieve dignity and equality* 'Давайте работать вместе над тем, чтобы помочь каждому добиться равенства и уважения его человеческого достоинства'.

Характерной особенностью пресс-релизов ООН является передача информации от первого лица единственного и множественного числа, которая реализуется благодаря цитированию Генерального секретаря ООН с целью выражения личного отношения и привлечения внимания аудитории.

Таким образом, проведенный анализ пресс-релизов ООН на французском и английском языках позволяет сделать следующие выводы.

1. Пресс-релиз ООН представляет собой PR-документ, в котором содержится информация о предстоящем или уже состоявшемся событии в Организации, где кратко даются ответы на четко сформулированные вопросы. Основной функцией пресс-релиза ООН является призыв всех наций и народов к объединению в борьбе за материальные и духовные ценности, что предопределяет особенности его написания. В этой связи в настоящей статье предлагается новый тип пресс-релиза, который наиболее точно передает направленность анализируемого текста, – *релиз-призыв*.

2. Пресс-релиз ООН не соответствует общим нормам написания и имеет свои особенности, выделяющие его среди других текстов этого жанра. Нарушения правил и модификации присутствуют как на структурном, так и на языковом (лексическом, грамматическом и стилистическом) уровнях.

3. Спецификой пресс-релизов ООН в структурном плане являются развернутые заголовки, единая модель написания первого абзаца и цитирование речи Генерального секретаря в качестве основной части текста. Отмечается неполное совпадение названий заголовков на французском и английском языках, что может быть объяснено смещением важности содержательных акцентов при представлении информации в разных культурных сообществах.

Объем пресс-релиза ООН на французском языке вдвое превосходит общепринятые стандарты. На английском же языке он незначительно превышает норму. Это объясняется тем, что во французском языке используется больше эмоционально-оценочных слов, а синтаксические структуры дополняются сложноподчиненными предложениями, что связано с активным употреблением сослагательного наклонения. Грамматическая организация пресс-релиза на английском языке более «компактная». В ней широкое распространение получили инфинитивные конструкции и герундий.

4. Активное использование эмоционально-оценочных слов и сослагательного наклонения в пресс-релизах на французском языке создают экспрессивность текста, которая утрачивается в английском.

5. Одной из очевидных особенностей пресс-релиза ООН на обоих исследуемых языках является употребление первого лица единственного и множественного числа, а также избыточность и повторяемость уже написанной ранее информации.

6. Наиболее частотными в пресс-релизах ООН на французском и английском языках являются логические коннекторы противопоставления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Теория и практика / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Дело, 2006. – 552 с.
2. Шишкина, М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина. – СПб. : Питер, 2002. – 308 с.
3. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 310 с.
4. Справочник по документации / Пресс-релизы / Виды пресс-релизов [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. – 2018. – Режим доступа : <http://www.un.org/ru/documents/resguide/press.shtml>. – Дата доступа : 30.04.2018.
5. Данилина, В. В. Связи с общественностью. Составление документов : Теория и практика / В. В. Данилина [и др.] ; под ред. Л. В. Минаевой. – М. : Аспект-Пресс, 2008. – 288 с.

The specificity of press release writing in different languages has not yet been studied from the linguistic point of view. Nevertheless, this type of formal communication occupies an important place in the activity of an international organization. The authors of the article identify and examine lexical, grammatical and structural features of the United Nations press releases in French and English. The analysis leads to the conclusion that United Nations press releases have their own structure and particularities on lexical and grammatical levels depending on the cultural context.

Поступила в редакцию 28.06.18