

Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Університет Ауреля Влайку (Румунія)
Центральна бібліотека Болгарської академії наук (Болгарія)
Коледж Санта-Фе (США)
Державний університет Сан-Паулу (Бразилія)
Університет Метрополітен Лондон (Великобританія)
Західноукраїнський національний університет (Тернопіль)
Державний архів Полтавської області
Центральна бібліотека Полтавської міської територіальної громади

Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми і перспективи

**МАТЕРІАЛИ
VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

23 листопада 2023 року

Полтава

фігурами, математичними знаками та ін. Це явище можна вважати відповіддю на потребу в передачі додаткового змісту, значеннєвих відтінків, що не можуть бути виражені вербально.

Тому комунікаційні інструменти, що застосовуються для запису, зберігання та подання комунікаційних даних, хоча досі найчастіше застосовуються в текстовому вигляді, але все більше популяризуються в аудіо- та відеоформатах.

Отже, комунікативний простір сьогодення є динамічним, постійно трансформованим, тому, з огляду на розмитість кордонів між реальним і віртуальним спілкуванням в медіапросторі, особливої актуальності набуває наукове осмислення проблеми швидкого реагування на ці зміни – висока мовленнєва культура повинна стати прикладом для наслідування.

Джерела та література

1. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. 2017. № 3(57). С. 93–100.

2. Ривліна В. М. Медатизація мистецтва: комунікаційні аспекти: дис. ... канд. наук із соц. комун.: 27.00.01 / Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. Дніпро, 2021. 194 с.

3. Соломенко Л. І. Мовленнєва культура початку ХХІ століття в контексті феномену нових медіа. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2022. № 3. С. 57–62.

4. Шубенко Н. Аудіовізуальний медіатекст: специфіка, структура, властивості. URL:http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/Kis/2012_1/30.pdf

Світлана Галаур

м. Полтава

ОПУЩЕННЯ АРТИКЛЯ У ФРАНЦУЗЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ТЕКСТІ

Інформаційний текст слід розглядати на тлі інформаційного простору, інформаційного стилю, категорії інформаційності тексту, носіїв текстової

інформації. Полеміка щодо ідентифікації інформаційного стилю розпочалася ще в 20-х роках минулого століття (див. про це: [1, с. 98]), і наразі виокремлення специфічного інформаційного стилю є особливо актуальним, оскільки надважливим постає сьогодні для реципієнта сприйняття правильної, правдивої інформації. Інформаційний стиль репрезентований інформаційними текстами, що містять цілісну інформацію, заздалегідь продуману й організовану [2, с. 3-10]. Оскільки завдання таких текстів «полягає у необхідності повідомити факти, що потребують точного визначення понять і явищ, тож надзвичайно важливою є роль термінів, імен і назв, які прямо, без двозначності, вказували б на предмет думки» [13, с. 46]. Своєрідною є і синтаксична будова інформаційних текстів, наприклад, широке вживання пасивних конструкцій. Інформаційні повідомлення вирізняє лаконічність, тож не випадково у французькому інформаційному тексті зафіксовано таке лінгвістичне явище, як опущення артикля.

Опущення артикля досить часто спостережено після звороту *il y a*. Артикль, що опускається, є неозначеним, речення містить абстрактні іменники: *Il y a débat entre la majorité et l'opposition; Il y a possibilité que la compétition soit annulée*. Слід ураховувати, що опущення артикля не є стилістичним у деяких стійких зворотах, як-от: *Il y a peril en la demeure; Il y a anguille sous roche*. Відоме також опущення артикля після прийменника *jusque*. У цьому разі артикль означений, а іменник має додаток: *Il faut suivre ce traitement jusqu'à disparition des symptômes*.

Опущення артикля є поширеним явищем під час перерахування: *Autrichiens, Suisses, Luxembourgeois parlent allemand; L'artisan répare tout : la plomberie, l'électricité, la climatisation*. Можна опускати артикль між двома термінами, поєднаними сполучником *et*: *Hommes et femmes écoutaient attentivement; Elle voulait concilier vie professionnelle et vie privée*.

Опущення артикля є активним явищем у назвах: *Orages et fortes pluies en Provence ; Démission du premier ministre*. Подеколи артикль зберігається, бо в цьому разі він указує на «унікальний характер» [4, с. 76] того, про що йдеться в тексті: *La journée contre le tabac (il n'y en a qu'une)*.

Є також граматична відмінність між номенуванням того, що відбувається зараз, і що буде відбуватися (без артикля) та що слід проаналізувати, пояснити (з артиклем): *Elections en Allemengne – Les élections en Allemengne (comment elles se passent, quelle est leur importance)*.

У власне наукових та науково-навчальних текстах артикль відсутній, якщо автор називає те, що містить його текст. Автор не опускає артикль, коли говорить про те, що слід вивчити: *Introduction (introduction à l'ouvrage) – L'introduction (comment faire une introduction)*.

Отже, інформаційні тексти покликані ефективно доносити до адресата інформацію, вони позбавлені всього зайвого. Опущення артикля слугує стилістичним засобом та в інформаційних текстах виконує функцію полегшення сприйняття повідомлення.

Джерела та література

1. Леонова Н. Актуалізація інформаційного стилю української мови у різних видах масмедіа під час збройної агресії росії. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2023. № 2. С. 95-106. URL:https://visnik.dduvs.in.ua/wp-content/uploads/2023/08/2/NV_2-2023-95-105.pdf
2. Баранник Д. Х. Актуальні проблеми дослідження мови засобів масової інформації. *Мовознавство*. 1983. № 6. С. 13-17.
3. Мацько Л. І. Стилїстика української мови: для студ. філол. спеціальностей вищих навч. закладів. Київ : Вища шк., 2003. 462 с.
4. Chollet I., Robert J.-M. *Le français écrit*. Paris : Ellipses Edition Marketing S.A., 2018. 281 p.