Кійко Ю. Є.,

доктор філологічних наук,

доцент кафедри германського, загального і порівняльного мовознавства
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

ІНФОРМАЦІЙНА СТРУКТУРА ТЕКСТУ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Анотація. Стаття присвячена висвітленню сучасних поглядів на інформаційну структуру в мовознавстві. Під цією терміносполукою традиційно розуміють послідовність компонентів у мовних одиницях, які виконують, насамперед, комунікативну функцію. Такими одиницями в мові виступають речення і текст. Вони різняться рівнем складності й обсягом інформації.

У статті критично проаналізовано й зіставлено основні підходи до інформаційної структури в лінгвістичній царині. У фокусі уваги дослідника перебувають такі теорії, як *Questio-theory*, *Rhetorical structure theory*, *Centering theory*, фрактальна теорія, теорія макроструктур Т. ван Дейка, розвідки Е. Агріколи, Т. Шредера, С. Гакль-Реслер та інші. Автор також детально зупиняється на терміні «тема» як центральному понятті в інформаційній структурі тексту.

Через надзвичайно надмірні обсяги інформації в сучасному високотехнологічному суспільстві, з одного боку, і брак часу в учасників комунікації, з іншого боку, є об'єктивна необхідність встановлення «золотої середини» при побудові ефективного спілкування. При цьому варто враховувати комплементарні підходи до інформаційної структури тексту.

У сучасних медійних жанрах різних лінгвокультур добре викристалізовується фрактальна будова тексту. За фрактальною теорією, у кожному тексті відбувається різномасштабне повторення вихідного змісту повідомлення (початковий фрактал) із можливими тематичними відхиленнями на наступних рівнях тематичного розгортання (проміжний і кінцевий фрактал). Для медійних жанрів характерна переважно трифрактальна структура, яка цілком корелює з етапами сприйняття медіатексту адресатом.

Ключові слова: інформаційна структура тексту, тема, жанр, медіатекст, фрактальність.

Постановка проблеми. У процеси роботи з текстом будь-якого жанру неодмінно постає питання його структурування, оскільки послідовність викладу, як і сама форма подачі інформації, відчутно впливає на сприйняття і розуміння реципієнтом прочитаного. Особливо актуальним це видається для медіатекстів, де адресатом виступає широка гетерогенна публіка, фонові знання якої значно різняться.

Мета статті – критично висвітлити сучасні підходи до інформаційної структури текстів, насамперед медіатекстів як найбільш частотних для середньостатистичного носія мови.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Під інформаційною структурою розуміють зазвичай розподіл інформаційних компонентів у послідовності мовних знаків (лексем, синтаксем тощо). У науковій літературі цієї царини поширені такі три пари термінів, як *тема* – *рема*, *топiк* – *коментар* і *фокус* – *фон*. Ці терміни по-різному тлумачать і використовують, що при-

зводить часом до певного перетину їхніх значень. З поняттями *тема*, *топiк* і *фон* пов'язують у різних підходах такі ознаки, як «відоме», «попереднє згадування», «незначна комунікативна важливість інформації», в той час як *рема*, *коментар* і *фокус* характеризують такими ознаками, як «нове», «невідоме», «особлива комунікативна важливість інформації» [15].

М.Я. Блох пропонує виокремлювати такі чотири типи інформації: 1) фактуальна, 2) інтелективна, 3) емотивна, 4) імпресивна [1]. Фактуальна інформація – це предметне відображення фактів і явищ дійсності, що, наприклад, характерно для інформаційних медіатекстів. Інтелективна інформація – це відображення зв'язків і відношень між ними, що здійснюється актом аналізу та синтезу діяльності свідомості. Цей вид інформації притаманний аналітичним медіатекстам. Емотивна інформація пов'язана з прямим відображенням емоційного стану адресанта. Такий тип інформації можна зустріти в медійному тексті «читацький лист». Імпресивна інформація – це, насамперед, вплив висловлювання на адресата, спонукання до дії. Ця інформація може виражатися експліцитно й імпліцитно, наприклад, у рекламних і аналітичних текстах.

З прагматичного погляду в кожному повідомленні, яке виражають переважно реченням чи текстом, можна виділити предмет повідомлення й інформаційний зміст цього повідомлення. Предметом виступає об'єкт дійсності, явище, про яке щось повідомляють. Його часто співвідносять із ключовим словом. Решта у повідомленні – це вже нова інформація про цей предмет. Такий поділ пов'язують з інтенцією мовця, адже він намагається щось повідомити про певний референт.

З формального погляду речення як центральна комунікативна одиниця складається з того, що вже згадували, і того, про що кажуть уперше. У мовах, де є артиклі (наприклад, англійська, німецька), це добре простежується в разі використання означеного та неозначеного артиклів. При першому згадуванні використовують неозначений артикль (нова інформація), а при наступному – означений (відома інформація).

Іншими важливими формальними засобами вираження інформаційної структури є порядок складників та інтонація. Зазвичай речення починають із тематичної частини (відомого) і завершують рематичними елементами (новим). Порушення порядку складників може бути зумовлене комунікативною інтенцією адресанта. Адже, як показують психолінгвістичні експерименти, адресат частіше звертає увагу на початок і кінець повідомлення, тому саме ці так звані «сильні» позиції треба використовувати для передачі головної інформації. У мовленні важливі компоненти можуть виділятися також просодичними засобами. Так, головний наголос у реченні маркує його нову, рематичну частину [10, с. 203].

При комунікативному підході до інформаційної структури виходять із того, що адресант у своїх діях орієнтується на адресата. Мовець виділяє в кожному реченні два складники: відоме і нове для адресата. Це спостереження йде ще від Г. фон дер Габеленца [7], який увів поняття «психологічний суб'єкт» і «психологічний предикат». Під першим терміном він розуміє те, **про що** має думати адресат, а під другим – те, **що** адресат має думати про «психологічний суб'єкт».

Центральне місце в науковій літературі з інформаційної структури посідає робота К. Ламбрехта «Information Structure and Sentence Form: Topic, Focus and the Mental Representations of Discourse Referents» [12]. К. Ламбрехт завдячує чітким поділом між формальним кодуванням інформаційної структури (синтаксисом і інтонацією) та їх семантичною і прагматичною інтерпретацією. Автор визначає інформаційну структуру як компонент граматики, який відповідає за прагматичне структурування пропозицій. Під пропозицією він розуміє «концептуальні репрезентації інформації» [12, с. 3]. Пропозиції кодують мовними виразами. Ці вирази адресант оформлює синтаксично й інтонаційно згідно зі своїми припущеннями про інформаційні потреби адресата. За К. Ламбрехтом, інформаційна структура відповідає за те, щоб такі концептуальні репрезентації інформації залежно від контексту передавалися різними граматичними структурами. Так, наприклад, пропозицію нім. *Katja hat angerufen* (укр. *Катя подзвонила*) можна виразити такими структурами (наголос передано великими літерами): 1) KATJA hat angerufen. 2) katja hat ANgerufen. 3) ANgerufen hat katja. 4) Es war KATJA, die angerufen hat.

У перерахованих прикладах зазначена пропозиція закодована різними граматично-просодичними структурами. Вибір структури залежить від ситуації, тобто від припущення адресанта щодо інформаційних потреб адресата. Для опису відношень між інформацією і структурою речення К. Ламбрехт вводить два типи інформаційно-структурних категорій. Перший тип пов'язаний зі статусом референтів, їх активізацією й ідентифікацією. Тут автор враховує когнітивну модель У. Чейфа [5], в якій розрізняють активні, напівактивні й неактивні референти для адресата. Під референтом К. Ламбрехт розуміє ментальні репрезентації сутностей [12, с. 37]. Другий тип інформаційно-структурних категорій (топик і фокус) описує відношення між мовним кодуванням референтів й інформаційними намірами адресанта. У комунікації, на думку К. Ламбрехта, відбуваються два процеси: мовне посилення на референти й організації інформаційного потоку.

У письмій і усній формах комунікації використовують різні прийоми фокусування. Прикладами невербального фокусування інформації на письмі є, окрім самої селекції інформації, різноманітне технічне виділення потрібного компонента, як-от: розмір і вид шрифту, колір, дизайн тощо. Вербальними засобами виділення інформації виступають фонетичні (просодичні, насамперед, наголос), граматичні (порядок слів, певні синтаксичні конструкції) та лексичні (фокусувальні прислівники, частки тощо) засоби.

Ключовим поняттям інформаційної структури тексту є тема. У повсякденному житті поняття «тема» має досить широке тлумачення через свою багатозначність. Під темою (гр. *θέμα* «те, що лежить в основі») розуміють зазвичай головну думку, предмет розмови. Є різні підходи до тлумачення теми тексту. Це може бути пропозиція, предмет, питання, головна

думка, інформаційне ядро і т. п. Розглянемо стисло основні підходи до цієї проблеми.

Під темою переважно розуміють предмет тексту, що виражається через основне питання до тексту: «Про що йдеться в тексті?» Тема тексту певним чином пов'язана з його жанром і може бути виражена окремою лексемою, словосполученням, одним чи кількома реченнями або сформульована питанням [13]. Тема інструктивного тексту оформлюється здебільшого словосполученням, як-от: *Заміна мастила*. Тема дескриптивного тексту виражається часто предметом опису на кшталт *Зима*. Для аргументативних текстів тема може бути оформлена питанням (*Бути чи не бути?*) або ж певним закликком, гаслом автора (*Геть нові ціни!*). Для наративних текстів можливості для тем досить різноманітні, оскільки розповіді присвячуються різним видам діяльності, наприклад, *Один день мого перебування в Гамбурзі*.

Із зазначеним підходом пов'язана так звана *Quaestio*-теорія, згідно з якою кожне речення і текст розглядають як відповідь на запитання [18]. В основу теорії покладена теза, що тексти створюють для вирішення певного комунікативного завдання, яке виражається через запитання – відкрито або приховано. Запитання закладає інформаційну структуру, каркас відповіді, оформлену реченням чи текстом. Кожну комунікативну одиницю поділяють на топик і фокус. Топик складається з компонентів, які містяться в запитанні. Фокус же містить інформацію, про яку запитують. Як окреме речення, так і цілий текст можна розглядати як відповіді на підзапитання головного *Quaestio*. Теорія *Quaestio* поєднує античні традиції риторики і сучасні підходи (інтенція, тема-рематичний поділ Празької функціональної школи). *Quaestio* задає референційні рамки структури тексту, зразок перебігу думок, інформації. Складність тексту полягає в тому, що в ньому можна виділити щось головне і щось другорядне. Х. фон Штутерхайм запропонувала теорію *Questio*, насамперед, для наративних текстів. Ті речення, що відповідають на основне запитання, вважаються головною інформацією, інші – другорядні.

Зазначений підхід має свої плюси і мінуси. Питання прив'язують і виражають переважно в заголовку тексту. Але якщо для коментарів чи аналітичних статей така постановка питання виправдана, то для інформаційних текстів цього замало. Адже для них є універсальне питання «Що нового / сталося?», яке не може задовольняти критиків такого підходу.

Тема тексту часом виражається окремим її предметом. Вона може визначатися узагальнено з сукупності предметів, що розглянуто в тексті, які ще називають субтемами, мікротемами тощо. Так, якщо в тексті йдеться про окремих членів сім'ї Петренків, то узагальненою темою тексту може бути «Сім'я Петренків».

Предмет тексту часом не є конкретним об'єктом дійсності. Він може виражати якусь пропозицію, яка не завжди перебуває на поверхні тексту. Її логічно виводять із синтаксичних конструкцій у тексті. Пропозиційно це відбувається за описаними Т. ван Дейком [6, с. 46–49] макроправилами *відкидання, селекції, генералізації та конструювання*.

Т. ван Дейк виходить із того, що утворення макроструктури тексту відбувається лінійно від меншого до більшого. Критики такого підходу [4] зазначають, що визначення теми тексту є складнішим процесом, який вимагає загальної інтерпретації тексту, а не простих механічних дій, тобто йдеться

про поєднання дедуктивного й індуктивного підходів. Теорія макроструктур Т. ван Дейка може бути виправдана для логічно побудованих текстів, наприклад, інформаційних текстів.

Інший метод виокремлення теми запропонував Е. Агрікола [3]. Під темою тексту чи частини тексту він розуміє поняттєве ядро як концентровану абстракцію загального текстового змісту у формі вербальної логічно-семантичної репрезентативної структури змістового комплексу з предикатів і актантів. Інформаційне ядро містить, таким чином, ущільнений зміст тексту, що досягається «редукцією і концентрацією». Протилежним явищем можна вважати «розгортання» теми.

У центрі цього складного і досить формалізованого методу багаторівневого аналізу покладено фокусування уваги на актантах: для всіх актантів, тобто складників окремих пропозицій, складають ізотопічні (лексико-семантичні) ланцюжки. В результаті аналізу мають залишитися лише ті пропозиції, де трапляються актанти головних ізотопічних ланцюжків. Подальша редукція відбувається за принципом важливості, коли залишаються лише так звані «інтеракційні вузли» (атрактори за синергетичним підходом), тобто пропозиції, в яких найкраще проявляються наскрізні зв'язки між текстовими акантами. Для виявлення таких зв'язків пропозиції переводяться в спрощені предикативні базові форми. Ущільнення відбувається, з одного боку, через уніфікування членів ізотопічного ланцюжка, а з другого боку – через спрощення і узагальнення відношень всередині пропозиції або між ними.

Для складних текстів Е. Агрікола запропонував додатково гіперпропозицію, яка має підсумовувати тексти (пропозиції). Тут спостерігаємо певну подібність до теорії Т. ван Дейка та диктаної моделі М.Я. Блоха.

Теорії Т. ван Дейка й Е. Агріколи критикують, насамперед, через суб'єктивність виведення основної інформації [13, с. 41]. Але, як це не парадоксально, визначення теми тексту залежить від адресата, його когнітивних можливостей розпізнати те, що хотів або планував передати адресант. Для медійних текстів, наприклад, розуміння теми як згустку інформації є цілком прийнятним.

Поділ на головну і другорядну інформацію не варто плутати з комунікативною важливістю. Під нею Х. фон Штуттерхайм розуміє особливо важливі частини тексту, які можуть бути як серед головної, так другорядної інформації [18]. Яскравим прикладом виокремлення інформації за важливістю є звичне використання читачем різнокольорових маркерів у процесі аналізу тексту. Важливі місця помічають переважно червоним кольором, решту – іншими кольорами залежно від вподобань.

Головну і другорядну інформацію розрізняють також завдяки різним лексичним маркерам. Так, другорядна інформація подається через такі маркери, як *до речі*, *між іншим*, а головна – через *хотів би наголосити, що <...>*, *важливим є те, що <...>* тощо.

Останнім часом, насамперед, в електронних формах фіксації для розрізнення інформації послуговуються різними типографічними засобами, наприклад, розмір, підкреслення, курсив, шрифт тощо. Це значно полегшує адресату сприйняття інформації.

Медійні інформаційні тексти побудовані за відомим принципом запитань: *хто, що, коли, чому, як*. Тому їх будують як послідовність відповідних інформаційних блоків. У процесі впорядкування інформації важливу роль відіграють такі два аспекти: 1) когнітивний, коли автор хоче полегшити реципі-

єнту опрацювання інформації, що спостерігається в новинних текстах; 2) риторичний, коли адресант хоче якомога ефективно досягти своєї мети, вразити реципієнта. Це простежується в аналітичних жанрах авторитетних медіавидань, а також у статтях бульварної преси.

Автори сучасних друкованих видань намагаються поєднувати ці моменти, інформуючи читачку аудиторію. Перший можна розглядати як такий, що орієнтований виключно на читача, а другий – як естетичний.

Оригінальну теорію структури тексту запропонував німецький науковець Т. Шредер [16], перевірявши її на матеріалі газетних текстів. В основу покладена ідея про текст як комплексну дію в руслі прагмалінгвістики. Автор запропонував розрізняти два базові типи зв'язків між підтемами: підпорядкування і координація. Під підпорядкуванням Т. Шредер розуміє тематичну залежність. Координація має кілька підвидів: доповнення (виклад за аспектами), тематичне перерахування (розкладання на предмети) і тематичне продовження (відтворення перебігу подій). Тут є теж певна суб'єктивність оцінки окремих дій і водночас можливий перетин кількох дій в одній мовленнєвій формі. Але разом із тим простежується ідея відомого польського вченого Є. Куриловича про структурний паралелізм між мовними одиницями: текст як завершений мовний знак можна розкладати на менші складники, подібно до речення, слова, морфеми. Однак ці складники не такі однозначні при інтерпретації, як одиниці нижчих рівнів.

Останнім часом в процесі аналізу текстової структури медійного тексту намагаються враховувати й формальну сторону – дизайн тексту. Адже типографічно виокремлені структурні одиниці тексту мають на меті виконувати певну функцію, що допомагає реципієнту оптимально сприймати інформацію. Тут йдеться про семіотичний підхід, коли текст розглядається як комплексний знак. Оригінальний комплексний підхід запропонувала С. Гакль-Реслер [9, с. 7], яка проаналізувала форму і зміст так званих *soft news* на матеріалі німецьких регіональних газет. Науковець виводить узагальнений алгоритм аналізу.

1. *Опис візуальної побудови тексту*: довжина тексту; візуальні одиниці (макроструктурні одиниці): заголовок, проміжний заголовок, легенда до фото, типографічний зачин, абзац.

2. *Функціонально орієнтована тематична класифікація*: головна тема; функція «вступ»; доповнювальні й уточнювальні субтеми; функції «доповнення» і «уточнення»; додаткові теми: функції «доповнення», «уточнення».

3. *Зв'язок між структурою тексту і його дизайном*: функціонально-тематичне виокремлення вербальних макроструктурних одиниць; синтаксично-семантичне виокремлення вербальних макроструктурних одиниць (критерії: когерентність, ізотопія, референція мовця, актора, місця і часу); функціонально-тематичне і синтаксично-семантичне виокремлення таких візуальних текстових одиниць, як абзац і зачин; співвідношення між вербальними макроструктурними одиницями і такими візуальними текстовими одиницями, як абзац і зачин.

При функціонально-тематичному аналізі новинного повідомлення С. Гакль-Реслер оперує такими поняттями, як головна тема, другорядна тема і субтеми. Під головною темою розуміють таку тему повідомлення, яка виконує центральну функцію тексту і вводить в заголовку та зачині. Другорядна тема ієрархічно рівноправна до головної або, відповідно, до субтеми. Субтеми виводять із теми (як головної, так і друго-

рядної), тобто є ієрархічно нижчого рангу. При цьому авторка розрізняє конкретизувальні та доповнювальні субтеми. У першій йдеться про уточнення окремих аспектів основної теми без тематичної зміни, а в другій відбувається тематична зміна.

Іншу оригінальну теорію – *Rhetorical structure theory* – запропонували комп'ютерний спеціаліст В. Манн і мовознавець С.А. Томпсон [14]. Теорія розроблена для автоматичного генерування тексту. Науковці ставили перед собою завдання з'ясувати, чи можна виділити інформацію в базах даних і виразити її у звичайних текстах. Зазначена теорія ґрунтується на припущенні, що тексти складаються з компонентів і базуються на певних правилах побудови. Це означає, що текст можна розкласти на частини, частини знову на частини і так далі до рівня окремих висловлювань. Наприклад, дисертація складається з розділів, далі йдуть підрозділи, пункти, підпункти, надфразові єдності, які називаються в цій теорії текстовими блоками, де частини мають сильний зв'язок між собою. Очевидність такого поділу можна отримати з простого спостереження за розгортанням тексту, де використовують частки, сполучники, як-от: *же, але* тощо. Поділ тексту на частини не завжди однозначний, оскільки відсутні правила такого поділу. В абзацах подібно до речень присутня ядерність текстових зв'язків, тобто є головні сегменти (ядро), без яких текст не буде когерентним, і залежні (периферія), без яких можна обійтися. Науковці запропонували при цьому два десятки когерентних відношень, які теж не завжди однозначні.

Інша прикладна текстова теорія *Centering* [8] виникла в 80-х роках ХХ століття як модель для локальної когерентності речень. Вона описує, як із допомогою займенників й інших форм вираження вводять і підтримують дискурсивні відношення в тексті. В теорії йдеться, насамперед, про вдалий добір референційних висловлювань і їх синтаксичної реалізації. В основу зазначеної теорії покладена ідея про те, що текст легше сприймається, якщо в ньому завжди є центральний дискурсивний предмет, на який спрямовується увага реципієнта і з яким пов'язані інші предмети. Оскільки власні назви, певні позначення і займенники за центристською теорією несуть різне інформаційне навантаження про об'єкти дискурсу, тому адресант має намагатися в кожному реченні тексту вибирати такі форми реалізації референційних висловлювань, щоб читач міг легко визначати головний об'єкт. На підтвердження цієї тези американські дослідники провели численні психолінгвістичні експерименти [11]. При вимірюванні часу для прочитання тексту встановлено, що текст швидше читається, якщо для головного об'єкта дискурсу в реченнях використовують займенник. Підтверджено також гіпотезу, що позиція підмета в реченні відіграє важливу роль для фокусування основної уваги читача. Якщо увагу переводять на новий предмет, то для цього використовують повні іменникові конструкції, навіть у позиції підмета, що ефективніше, ніж займенник.

У медіатекстах як складних семіотичних утвореннях з погляду реципієнта візуально виокремлюються такі макроструктурні складники різного обсягу, як заголовковий блок, лід, сам текст статті та світлина. Світлина в сучасній медіапрактиці є факультативною і може виконувати кілька функцій: привернення уваги, візуалізація, унаочнення тощо. Найперше, що впадає в очі респонденту при сприйнятті тексту, – це типографічно виділений заголовок із/без світлини. На них лягає основне «функціональне навантаження» медіатексту: привер-

нути увагу і стисло передати головне, центральне повідомлення в інформаційних текстах і зацікавити в аналітичних. Цей макроструктурний компонент тексту ми вважаємо початковим фракталом (термін Б. Мандельброта), головна ідея якого полягає в тому, що структура цілого відображена в його частинах. Властивостями фракталів вважають неординарну структуру на всіх шкалах, наближену самоподібність, дробову метричну співвимірність та рекурсивність, оскільки в ньому закодоване за мовними нормами інформаційне ядро повідомлення, що в ідеалі має містити відповіді на базові питання адресата ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ, ЧОМУ, ЯК [2].

Вербалізується початковий фрактал зазвичай за принципом мовної економії через такі синтаксичні конструкції, як речення чи словосполучення, рідше слово, що залежить від жанрової належності медіатексту. Наступним за послідовністю сприйняття йде лід, в якому розгорнуто повторюють інформацію початкового фрактала. Другий макроструктурний складник тексту є проміжним і за своїм інформаційним наповненням повторює початковий фрактал, але вже на новому рівні, коли реципієнт отримує достатньо відомостей про подію і може теоретично припинити подальше ознайомлення з новиною. Проміжний фрактал оформлюють одним абзацом із кількох синтаксичних конструкцій. Останній макроструктурний компонент конвенційного медіатексту, який можна виокремити, – це решта тексту, який адресат не завжди читає до кінця. Він оформлений як послідовність кількох абзаців, в яких вже максимально розгорнуто повторюють згадану в попередньому фракталі інформацію.

Висновки. Питання інформаційної структури тексту вельми важливе при роботі з будь-яким текстом, а особливо з медіатекстом. Через надзвичайно велику кількість інформації в сучасному високотехнологічному суспільстві, з одного боку, і брак часу в адресантів / адресатів, з іншого боку, варто шукати «золоту середину» вдалої і корисної для усіх сторін комунікації. У тематичному розгортанні медійних текстів добре простежується фрактальність текстової структури, адже перехід від однієї до іншої теми здійснюється поступово, циклічно, коли кожен наступний елемент додає щось нове до попереднього. Через інформаційне збільшення обсягу тексту відбувається ускладнення цілої системи. Циклічний принцип, як відомо з фізіології, лежить в основі життєдіяльності будь-якого організму. Через це й когнітивні процеси (пам'ять, породження і сприйняття інформації) побудовані за фрактальним принципом. Окреслений теоретичний підхід до інформаційної структури становитиме підґрунтя для подальшого аналізу різножанрових текстів із прикладною метою.

Література:

1. Блох М.Я. Диктема в уровневой структуре языка. *Вопросы языкознания*. 2000. № 4. С. 56–67.
2. Кійко Ю.Є. Інформаційна структура медіатекстів з фрактальної перспективи. *Нова філологія. Збірник наукових праць*. Запоріжжя: ЗНУ, 2018. № 73. С. 65–70.
3. Agricola E. Textstruktur – Textanalyse – Informationskern. Leipzig: Verlag Enzyklopädie, 1979. 109 S.
4. Brinker K., Cölfen H., Pappert St. Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 8. Aufl. Berlin: Schmidt, 2014. 188 S.
5. Chafe W. Cognitive constraints on information flow. *Coherence and Grounding in Discourse* / R. Tomlin (ed.). Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 1987. P. 21–51.

6. Dijk van T.A. Textwissenschaft. Eine interdisziplinäre Einführung. Tübingen : Niemeyer, 1980. 284 S.
7. Gabelentz von der G. Ideen zu einer vergleichenden Syntax – Wort- und Satzstellung. *Zeitschrift für Völkerpsychologie und Sprachwissenschaft*. 1868. Nr. 6. S. 376–384.
8. Grocz B., Joshi A., Weinstein S. Attention, Intentions, and the Structure of Discourse. *Computational Linguistics* 21. 1995. Nr. 2. S. 203–226.
9. Hackl-Rößler S. Textstruktur und Textdesign. Textlinguistische Untersuchungen zur sprachlichen und optischen Gestaltung weicher Zeitungsnachrichten. Tübingen : Narr, 2006. 225 S.
10. Halliday M.A.K. Notes on transitivity and theme in English. *Journal of Linguistics*. 1967. 3, Part 2. S. 199–244.
11. Hudson S., Tanenhaus M., Dell G. The effect of the Discourse Center on the local coherence of a discourse. *Proceedings of the Eighth Annual Conference of the Cognitive science Society*, Amherst, Massachusetts, 5–17 August 1986. Lawrence Erlbaum, 1986. P. 96–101.
12. Lambrecht K. Information structure and sentence form: Topic, Focus, and the Mental Representations of Discourse Referents. Cambridge: Press, 1994. 388 p.
13. Lötscher A. Text und Thema. Studien zur thematischen Konstituierung von Texten. Tübingen : Niemeyer, 1987. 309 S.
14. Mann W.C., Thompson S.A. Rhetorical Structure Theory: toward a functional theory of text organization. *Text – Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*. 1988. 8/3. S. 243–281.
15. Musan R. Informationsstruktur. Heidelberg: Winter, 2010. 100 S.
16. Schröder T. Die Handlungsstruktur von Texten. Tübingen: Narr, 2003. 276 S.
17. Stede M. Korpusgestützte Textanalyse. Grundzüge der ebenenorientierten Textlinguistik. Tübingen: Narr, 2007. 207 S.
18. Stutterheim von Chr. Einige Prinzipien des Textaufbaus: empirische Untersuchungen zur Produktion mündlicher Texte. Tübingen: Niemeyer, 1997. 385 S.

Kiyko Y. Discourse structure in modern linguistics

Summary. The article is devoted to illumination of modern views on discourse and information structure in linguistics. This term is traditionally understood as a sequence of components in linguistic units that perform mainly a communicative function. Such units in the language are sentence and text. They differ in the level of complexity and the amount of information.

The main approaches to the discourse and information structure in modern linguistics are analyzed and compared in this article. The researcher's attention is focused on such theories as Questio-theory, Rhetorical structure theory, Centering theory, fractal theory, macrostructure theory of T. van Dijk, investigations of E. Agricola, T. Schroeder, S. Hackl-Roessler and others. Great attention is paid by the author to the term "theme" as a central concept in the information structure.

Due to the extremely excessive amounts of information in today's high-tech society, on the one hand, and the lack of time for communication participants, on the other, there is an objective need to establish "the golden mean" in effective communication creating. Thus, the existing complementary approaches to information and discourse structure should be taken into account.

In modern media genres of different linguistic cultures the fractal structure of text is well crystallized. According to fractal theory, in each text there is a large-scale repetition of the original content of the message (initial fractal) with possible thematic deviations at the following levels of thematic unfolding (intermediate and final fractals). For media genres, there is a predominantly three-fractal structure that is correlated completely with the stages of the recipient's perception of media text.

Key words: discourse structure, information structure, topic, text type, media text, fractality.