

последней, 16-й странице издания. Как правило, читатель всегда просматривает первую и последнюю страницу. В-третьих, что немаловажно, на данной странице размещено всего 5 рекламных объявлений, т. е. меньше конкуренции. Композиционным центром рекламы является размер скидки, указанной большим красным шрифтом. На это сразу обращаешь внимание. Второе – это штамп с машиной о бесплатной доставке и сборке мебели. Учитывая, что в Республике Мордовия у людей уровень доходов ниже среднего, данные рекламные ходы очень эффективны. В рекламном объявлении указаны адрес и название магазина – и этого, стоит отметить, вполне достаточно. Единственным минусом можно назвать качество цветопередачи.

Таким образом, можно сделать вывод, что объем рекламы на страницах прессы и печатных изданий СМИ высок, т. к. основной источник дохода СМИ – это реклама. А рекламодатели, в свою очередь, достигают своих целей, т. к. иначе они просто не пользовались бы услугами СМИ и не размещали бы там рекламу. Но не стоит забывать и о том, что реклама в прессе – один из самых бюджетных вариантов размещения рекламы, и именно поэтому рекламодатели Мордовии дают рекламу именно в данный вид СМИ.

Библиографические ссылки

1. *Серов Н. В.* Символика цвета. СПб. : Страта, 2019. 196 с.
2. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне. 2-е изд., доп. / под ред. В. О. Пигулевского, А. В. Овруцкого. Харьков : Гуманитарный цент, 2015. 432 с.

СПЕЦИФИКА ТЕКСТОВОГО ФОРМАТА NITF

Е. Ю. Балалаева¹⁾, Я. Ю. Вальчук²⁾

¹⁾*Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины,
ул. Героев Обороны, 15, 03041, г. Киев, Украина,
olena.balalaeva@gmail.com,*

²⁾*Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины,
ул. Героев Обороны, 15, 03041, г. Киев, Украина,
valchuk@gmail.com*

Раскрыта специфика текстового формата NITF (News Industry Text Format), разработанного Международным советом по вопросам прессы и телекоммуникаций. Цель исследования – дать краткую характеристику се-

мантических единицам стандарта NITF, изучение которого является перспективным для отечественной журналистской практики.

Ключевые слова: текстовый формат; NITF; стандарт; контент; семантическая единица.

SPECIFICS OF THE NITF TEXT FORMAT

E. Yu. Balalaieva^a, Ya. Yu. Valchuk^b

*^aNational University of Life and Environmental Sciences of Ukraine,
15, Heroiv Oborony Str., 03041, Kyiv, Ukraine
Corresponding author: E. Yu. Balalaieva (olena.balalaieva@gmail.com),*

*^bNational University of Life and Environmental Sciences of Ukraine,
15, Heroiv Oborony Str., 03041, Kyiv, Ukraine
Corresponding author: Ya. Yu. Valchuk (valchuk@gmail.com)*

The specifics of the NITF (News Industry Text Format) developed by the International Press Telecommunications Council is described. The purpose of the article is to outline the semantic units of the NITF standard, the study of which is perspective for national journalism practice.

Key words: text format; NITF; standard; content; semantic unit.

Международный совет по вопросам прессы и телекоммуникаций (ИРТС) запустил проект текстового формата для новостей в начале 1990-х, когда члены организации начали искать преемника форматов ANPA 1312 и ИРТС 7901, которые были стандартизированы в 1979 г. и обеспечивали общую платформу для новостных служб и газет для обмена контентом [1, с. 105]. В результате был разработан News Industry Text Format (NITF), последняя версия которого была выпущена в 2012 г. Сегодня NITF – это открытый, широко используемый, хорошо документированный и поддерживаемый стандарт для структурирования независимых новостных статей [2, с. 17]. NITF использует расширяемый язык разметки XML для определения содержания и структуры новостных статей. Поскольку метаданные применимы ко всему новостному контенту, документы NITF гораздо более доступны и удобны для поиска, чем HTML-страницы. Используя NITF, издатели могут адаптировать внешний вид, взаимодействие и интерактивность своих документов к пропускной способности, устройствам и индивидуальным потребностям подписчиков.

Семантическими единицами или элементами контента в NITF являются: PERSON, FUNCTION, ORG, LOCATION, EVENT, TITLE, CHRON, MONEY, NUM, Q, BQ.

Подтегом PERSON указываются личные имена, которые, как правило, дифференцированы на имена и фамилии, например, <PERSON><NAME.GIVEN>Tony</NAME.GIVEN><NAME.FAMILY>Blair/. Здесь же указываются префиксы к личным именам (Mr, M^r, Frau, etc.), академические титулы (Dr., Prof., etc.) и дворянские (Queen, Dame, Sir, Lord, Lady, etc.). Кроме того, имя человека, упомянутое в новостном сообщении, часто предшествует или сопровождается функцией, связанной с этим человеком (например, *Стивен Доррелл, министр здравоохранения*). NITF позволяет сделать это отношение явным, поместив тег FUNCTION в тег PERSON.

Тег FUNCTION указывает на статус или роль персоны, как правило, маркирует полные официальные титулы или звания (политические, коммерческие, церковные, военные и пр.). Например, *секретарь социального обеспечения, главный судья, исполнительный директор*. Он также кодирует синонимы и варианты, используемые в прессе для официальных полных названий, например, *Президент* вместо *президент Соединенных Штатов Америки*). Основной концепт может быть расширен путем предшествующей модификации (расширения слева) и последующей модификации (расширения справа). Например, базовый концепт *президент* может быть расширен следующим образом: *бывший президент* (расширения слева), *президент Соединенных Штатов Америки* (расширения справа), *бывший президент Соединенных Штатов Америки* (расширения слева и справа). Кроме того, тег FUNCTION используется для идентификации представителей профессии или должностей: *юрист, журналист, тренер, актер* и пр., а также для обозначения родственных отношений (*отец, мать, муж, жена* и пр.).

Тег ORG идентифицирует название организации, т. е. организованной группы людей из всех областей, включая политические, административные, коммерческие, военные, спортивные и прочие организации. Например, *Банк Англии, Singapore Telecommunications Ltd; Bundesanstalt für Angestellte, FC Bayern München*.

Тег LOCATION идентифицирует географическое местоположение и важные места, содержит либо простой текст, либо структурированную информацию. Возможные включения: СУБЛОКАЦИЯ, ГОРОД, РЕГИОН, ШТАТ, СТРАНА, которые подразделяют географические местоположения на последовательность геополитических или административных единиц. Подкатегории могут использоваться в последовательной

комбинации для географических названий, в порядке возрастания в соответствии с их размером или административным значением, например, *Кембридж, Массачусетс*. Тег LOCATION можно использовать и для географических объектов (*остров, озеро, гора, океан, река и пр.*) и для известных искусственных сооружений (*здания, строения, мосты и пр.*). Указания мест имеют разные функции в новостной статье: они могут быть независимыми семантическими единицами, но часто используются как модификаторы для других объектов.

Маркировка EVENT должна быть ограничена новостными событиями. Факторами ценности новостей являются значимость, близость, известность вовлеченных лиц, следствие, необычность, человеческий интерес, актуальность. События могут фактически быть дифференцированы на типы событий (Общие выборы, Лондонский марафон; Flugzeugabsturz) и на конкретные случаи (Общие выборы 2018, Олимпийские игры в Атланте; der TWA-Absturz) с указанием места и времени. Для выражения времени используется тег CHRON, которым помечают конкретные даты, дни недели, религиозные праздники, а также выражения относительного времени, которые могут быть приписаны конкретной дате.

Тег MONEY идентифицирует денежные единицы (валюту, тип единицы), упоминаемые в сообщении. Тегом NUM помечают числовые данные, включающие все числа, указанные в виде цифр или символов, за исключением элементов MONEY и элементов CHRON, обозначающих время и дату.

Под тегом Q или BQ приводится цитируемая информация.

Сегодня NITF – это самый распространенный словарь XML среди издателей новостей во всем мире. Его используют *The New York Times, Deutsche Presse-Agentur, Agence France Presse, presstext Nachrichtenagentur, Agenzia Nazionale Stampa Associata, CCI Europe* и др.

Библиографические ссылки

1. *Balalaieva O. Ю.* Аналіз новинних кодів за стандартами Міжнародної ради з питань преси та телекомунікацій // Міжнародний філологічний часопис (Науковий вісник НУБіП України. Серія: Філологічні науки). 2017. Вип. 272. С. 103–110.
2. *Balalaieva O.* Media topics in descriptors of International Press Telecommunications Council // Вісник Львівського університету. Сер. Журналістика. 2017. № 42. С. 151–158.
3. *Wiebke Möhr, David Allen.* Considerations for the Semantic Markup with the NITF [Electronic resource]. URL: <https://www.iptc.org/std/NITF/documentation/stx9804-NITFmarkupGuidelines.pdf> (data of access: 01.09.2020).