

УДК 81'373/'374+81'42]:025.328

Чуланова Галина Валеріївна

кандидат філологічних наук, доцент

Сумський державний університет

Стрілко Анна Леонідівна

студентка

Сумський державний університет

Чуланова Галина Валериевна

кандидат филологических наук, доцент

Сумской государственной университет

Стрилко Анна Леонидовна

студентка

Сумской государственной университет

Chulanova Halina Valerijivna

Candidate of Philology, Associate Professor at Department of Germanic Philology

Sumy State University

Strilko Anna Leonidivna

student

Sumy State University

ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА АДРЕСАТА В АНОТАЦІЯХ І ТЕКСТАХ-

ВІДГУКАХ

СРЕДСТВА ВЛИЯНИЯ НА АДРЕСАТА В АНОТАЦИЯХ И ТЕКСТАХ-

ОТЗЫВАХ

MEANS OF INFLUENCE UPON THE ADDRESSEE IN SUMMARIES AND

TEXT-BLURBS

Анотація: У статті досліджується авторство та варіативність місця розташування анотацій та текстів-відгуків. Крім того, здійснюється порівняльний аналіз синтаксичних конструкцій, що є типовими для даних

текстів. Також опрацьовується їх лексичного складу. Аналізується зв'язок засобів, що використовуються в анотаціях та текстах-відгуках, із функціональною навантаженістю даних текстів. Робиться висновок стосовно впливу текстів-відгуків та анотацій на адресата.

Ключові слова: анотація, текст-відгук, лексико-семантичні особливості, синтаксис, функціональна навантаженість.

Аннотация: В статье исследуется авторство и вариативность местоположения аннотаций и текстов-отзывов. Кроме того, осуществляется сравнительный анализ синтаксических конструкций, которые являются типичными для данных текстов. Также обрабатывается их лексический состав. Анализируется связь средств, используемых в аннотациях и текстах-отзывах, с функциональной нагрузкой данных текстов. Делается вывод о влиянии текстов-отзывов и аннотаций на адресата.

Ключевые слова: аннотация, текст-отзыв, лексико-семантические особенности, синтаксис, функциональная нагрузка.

Summary: This article examines the authorship and variability of location of summaries and text-blurbs. In addition, there is carried out a comparative analysis of the syntactic structures that are typical for these texts. Their lexical composition is elaborately studied. The article also analyzes the connection between means used in summaries and text-blurbs with the functional load of these texts. The conclusion is made concerning the impact of text-blurbs and summaries on the recipient.

Key words: summary, text-blurb, lexical and semantic features, syntax, functional load.

Постановка проблеми. Останнім часом значна увага приділяється дослідженню текстам, що знаходяться на межі між рекламними й інформаційними. Такі тексти характеризуються розподілом їх функціонального навантаження між рекламною й інформативною функціями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Означеним питанням цікавилися Чуланова Г. В., Шаховський В. І., Шамурін Є. І., Шиманов А. Є., Білозірова Н. М., Маслова В. А.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Інтерес до текстів рекламного характеру зумовлено динамічністю суспільного життя, дефіцитом часу й збільшенням інформаційного потоку, що унеможлиблюють ознайомлення з великою кількістю друкованого матеріалу, в результаті чого виникає потреба в коротких характеристиках видань.

Мета статті. Метою статті є дослідження впливу анотації та тексту-відгуку на реципієнта як одиниць комунікації і за рахунок чого він здійснюється.

Для реалізації мети ставимо такі завдання:

- провести порівняльний аналіз синтаксичних конструкцій, що є типовими для даних текстів;
- опрацювати лексичний склад анотацій та текстів-відгуків;
- дослідити авторство та варіативність місця розташування;
- зробити висновок щодо функціональної навантаженості.

Обсяг матеріалу дослідження склав 647 текстів (з них 323 – анотацій, 324 – текстів-відгуків).

Виклад основного матеріалу. Текст супроводжує людину скрізь: при усному спілкуванні, перегляді телебачення, прослуховуванні музичних композицій, читанні книг тощо. Видавнича справа має безпосередній зв'язок із текстами, у першу чергу зі змістом публікації. Але слід зауважити, що, крім цього, книга містить анотацію та текст-відгук. Анотація [лат. *annotatio* – примітка] – коротка характеристика змісту статті або книги, а також рекомендації стосовно їх використання [4, с. 32]. Тобто анотація є стислою характеристикою змісту книги, що дає можливість отримати певне уявлення про примірник та зробити для себе відповідні висновки щодо цінності даного видання.

Поряд із анотацією книга містить рекламно-інформаційний текст – текст-відгук. «З одного боку, тексти-відгуки у максимально стислій формі повідомляють інформацію про книгу і про ті почуття, які цей твір викликав у

читача, з іншого – вони повідомляють інформацію таким чином, щоб привернути увагу читачів, подіяти на них» [8, с. 60].

Кожен текст має комунікативну інтенцію – «уявне передбачення учасником комунікації бажаного для нього результату спілкування, спрямованість свідомості на такий результат» [9, с. 184]. Тобто він є носієм комунікативної задачі, і, залежно від мети, поставленої адресантом, на текст накладаються певні функції. «Функція тексту визначається як його соціальна роль, здатність обслуговувати певні потреби колективу, що створює текст» [5, с. 156].

Ціль анотації полягає в тому, щоб дати певне уявлення читачеві про книгу без ознайомлення із повним текстом. Тобто основною функцією анотації виступає інформативна, яку Н. М. Білозерова трактує як «властивість, здатність тексту інформувати читача. Її змістом є екстралінгвістична та лінгвістична інформація тексту» [1]. Інформативна функція забезпечує передачу інформації від відправника тексту до отримувача, відповідно текст грає роль посередника у процесі передачі повідомлення.

Для анотації характерна також емотивна функція – «властивість, здатність тексту впливати на емоції читача» [1], адже, хоча анотація й залишає за реципієнтом право на оцінку книги, але в той же час містить елементи зацікавлення, щоб привернути увагу та викликати інтерес, що проявляється в синтаксичній структурі (питальні, окличні, незакінчені речення) та в лексичному наповненні. Відповідно до цих характеристик анотацію можна віднести до інформаційно-рекламного типу.

«Комунікативною метою тексту-відгуку, що реалізується через інформативну функцію, є повідомлення про вихід нової книги і про те, які почуття викликає ця книга в адресанта. Прагматична установка, більшою мірою пов'язана з рекламною функцією, спрямована на спонукання адресата до конкретної дії – придбання рекламованої книги» [8, с. 67]. Віднести текст-відгук до рекламно-інформаційного типу дають можливість такі характеристики: тексти-відгуки містять лише позитивну оцінку книги, лексико-

семантична наповнюваність та синтаксичні структури сприяють виникненню у читача бажання придбати товар.

Що стосується розміщення, то анотація одна, у той час як текстів-відгуків може бути від одного до тридцяти. Анотація знаходиться на зворотній сторінці палітурки. Тексти-відгуки розміщуються як на форзацах книги, так і на палітурці.

Щодо авторство, то у результаті аналізу оформлення досліджуваного матеріалу отримали такі дані: по-перше, в анотації підпис відсутній.

“The Penderwick sisters are at home on Gardam Street and ready for an adventure!

But the adventure they get isn't quite what they had in mind. Mister Penderwick has starting dating – which can only mean one thing: disaster. Enter the save Daddy Plan – a plot so brilliant, so bold, so funny, that only the Penderwick girls could have come up with it. But does Mr. Penderwick really need saving, and can the sisters solve their own problems at the same time?” (11)

«...an instant hit”. – Child (21)

На противагу анотації, 100% текстів-відгуків мають своїх авторів. Автором тексту-відгуку можуть бути окремі люди (читач, інші письменники, журналісти) або колективний автор (видавництво).

“The originality of the Dark is breathtaking”. – The Times (25)

“A thoroughly engrossing true-life policier full of vivid and sympathetic characters, but also the bravest book about race and crime I've ever read”. – Dan Baum, author of “Nine Lives” (22)

В інформації про автора значну роль відіграють підписи авторитетних, відомих осіб чи видавництв. Якщо автором є знаменитість, то читач підсвідомо пов'язує книгу з адресантом відгуку, як наслідок – імідж людини переноситься на товар. Від особистості адресанта залежить ефективність комунікативного впливу тексту-відгуку. Це відбувається тому, що сприйняття будь-якого повідомлення опосередковується сприйняттям особистості комунікатора. Якщо

образ адресанта сприймається аудиторією позитивно, то це впливає на позитивне сприйняття його повідомлення [2, с. 55].

«Кожен текст має свою стилістичну маркованість (функціонально-стилістичне забарвлення та індивідуально стилістичну своєрідність)» [3, с. 117]. У досліджуваних текстах також можна виокремити певні особливості. Аналіз лексичного складу анотації дає підставу стверджувати, що лексика загальноповивана, міжстильова, зрозуміла для загалу. У текстах-відгуках, на відміну від анотації, переважає емоційно-забарвлена лексика. Саме особливості епітета як одного з найбільш значних засобів впливу на реципієнта найактивніше використовується при створенні текстів-відгуків. Їх функція викликати в уяві читача певні яскраві картини, емоційно впливати на нього. Епітети реалізуються через нагромадження прикметників.

“Elegant, intelligent, funny, dramatic and totally absorbing: the perfect start to an early familiarity with Homer”. – *Guardian* (26);

“Fresh, fearless, and totally romantic”. – *Sarah Ockler, bestselling author of “the Twenty Boy Summer”* (19)

Характерною ознакою є вживаність саме складних прикметників (*brehtaking, heart-rending, sure-fire, razor-sharp*), структура яких підсилює емотивність, яку В. А. Маслова визначає як «лінгвістичну характеристику слова, речення, здатну справити емоціогенний ефект, тобто викликати у мовної особистості реципієнта повідомлення відповідні емоції [6, с. 185].

Крім того, використовується метафора.

“Symphony of regret, respect and sweetness”. – *School Library Journal* (24)

Наявні також порівняння, які не лише деталізують уявлення про предмет, а й виражають ставлення до нього мовця.

“Speak reads like a hybrid of David Mitchell and Margaret Arwood”. – *Phillip Meyer, author of “The Son”* (15)

Спостерігаються фразеологічні одиниці.

“A cut above”. – *People magazine* (23)

«Будь-який текст обумовлений екстралінгвістичними та інтралінгвістичними показниками, пов'язаними зі змістом та структурою самого тексту» [7, с. 52]. Відштовхуючись від цього, створюючи дані тексти, враховують їх певні синтаксичні особливості. Адже осмислений вибір синтаксичних конструкцій допомагає передати найтонші відтінки емоцій та почуттів.

Для текстів-відгуків характерне варіювання синтаксичних конструкцій. Їх аналіз свідчить про те, що перевага надається простим реченням, що зумовлено функціональністю тексту, адже він має швидко та ефективно сприйматися читачем.

Мають місце як двоскладні – *“If you ever doubted that small changes can make a big difference, this excellent and insightful book will change your mind”*. – Dan Ariely (23), – так і односкладні речення, але типовішими є останні, у яких наявний лише присудок – *“Full of heart”*. – Irish Times (18). Ще один поширений варіант – номінативні речення: *“Hilarious picture book brilliance”*. – Books for Keeps (13).

Наявна синтаксична структура – еліпсис – «навмисний пропуск несуттєвих слів у реченні без викривлення його змісту, тобто мовна одиниця в тексті пропускається і таким чином утворюється структурна неповнота синтаксичної конструкції» [10, с. 453]. Повтори, незакінченість синтаксичних конструкцій характерні для високої концентрації емоцій.

“At turns funny, shocking, violent, and heart-rending, Luckiest Girl Alive hooks its reader and doesn't let go. Jessica, Knoll's twisted, twisting debut beautifully explores reinvention, retribution, and redemption – and all rawness in between”. – Miranda Beverly-Whittemore, New-York Times, bestselling author of *“Bittersweet”* (20)

“Delivers characters in full bloom, who love hard, fall hard, cry hard and remain ferociously committed to one another”. – Kirkus Review (14)

Окличні речення слугують своєрідним сигналом, закликком, виражають пропозицію, запрошення, пораду, пояснення, переконання тощо.

“What a group of characters, what a situation, what a book! It’s Alfred Hitchcock for a new generation and a new era”. – Terry Hayes, author of “I am Pilgrim” (17)

В анотаціях спостерігаються питальні речення та речення з трьома крапками. За допомогою питальних знаків автор анотації вступає в опосередкований діалог із читачем. Речення цього типу привертають увагу, стимулюють фантазію адресата та викликають бажання дізнатися про подальше розгортання подій.

“George wants to be good. He tries to be good. But he has just seen a cake in the kitchen... What will George do?” (16)

В анотації, поданій далі, використовуються три крапки в кінці речення, що створюють ефект відкритого фіналу, який спонукає читача робити припущення стосовно розвитку сюжету, і як наслідок – порівняти власні здогади з написаним.

“Jessie is excited when her gran gets a white Alsatian puppy but with Snowy’s arrival a mystery starts to unfold.

As Jessie learns about Nazi Germany at school, past and present began to slot together and she uncovers something long-buried, troubling and somehow linked to another girl and another white dog...” (12)

Висновки і пропозиції. У результаті дослідження було виявлено, що анотація та текст-відгук різняться місцем розташування, авторством, функцією, також спостерігаються відмінності в синтаксисі та лексичному наповненні, що обумовлюється різними завданнями. Головною метою текстів-відгуків є спонукання адресата до конкретної дії – придбання книги. На відміну від тексту-відгуку, анотація націлена на надання інформації адресату.

Анотація та текст-відгук не є взаємозамінними. Текст-відгук є своєрідним доповненням анотації, що підкріплює інформацію закликом до дії.

Перспективним є також дослідження текстів-відгуків, що розміщені в мережі Інтернет в електронному вигляді, котрі мають індивідуальні характеристики.

Список літератури:

1. Белозерова Н. Функциональный анализ текста / Н. Белозерова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://frgf.utmn.ru/last/No9/text15.htm>.
2. Богомолова Н. Соціальна психологія друку, радіо і телебачення / Н. Богомолова. – М. : Вид-во МГУ, 1991. – 126 с.
3. Болотнова Н. Филологический анализ текста : [учебное пособие] / Н. Болотнова. – 4-е вид. – М. : Флінта ; Наука, 2009. – 520 с.
4. Гладышев В. Методика преподавания литературы: терминологический словарь-справочник / В. Гладышев, А. Ситченко. – М. : Флінта, 2014. – 158 с.
5. Глухов В. Психолінгвістика. Теория речевой деятельности / В. Глухов. – М. : АСТ, 2007. – 223 с.
6. Маслова В. Параметры экспрессивности текста / В. Маслова // Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности. – М. : Наука, 1991. – С. 179–204.
7. Олешков М. Основы функциональной лингвистики: дискурсивный аспект : [учебное пособие]. – Нижний Тагил, 2006. – 146 с.
8. Чуланова Г. Лінгво-прагматичні особливості тексту-регулятиву в рекламно-художньому дискурсі сучасної англійської мови : дис. ... канд. філол. наук / Г. Чуланова. – Донецьк, 2012. – 241 с.
9. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М. : Вид-во ИКАР, 2009. – 448 с.
10. Ярцева В. Лингвистический энциклопедический словарь / В. Ярцева. М. : Советская энциклопедия. 1990 – 685 с.
11. Birdsall J. The Penderwicks / J. Birdsall. – New York, 2007. – 272 p.
12. Booth A. Girl with a White Dog / A. Booth. – London : Catnip Publishing Ltd, 2014. – 208 p.
13. Daywalt D. The Day the Crayons Quit / D. Daywalt. – London, 2014. – 40 p.
14. Emery L. Open Road Summer / L. Emery. – London, 2015. – 368 p.
15. Hall L. Speak: A Novel / L. Hall. – New York, 2015. – 336 p.

16. Haughton C. Oh No, George! / C. Haughton. – Somerville, Massachusetts : Candlewick Press, 2013. – 32 p.
17. Hawkins P. The Girl on the Train / P. Hawkins. – London, 2015. – 336 p.
18. Jeffers O. Up and Down / O. Jeffers. – London, 2014. – 40 p.
19. Kenneally M. Things I Can't Forget / M. Kenneally. – London, 2013. – 320 p.
20. Knoll J. Luckiest Girl Alive: A Novel / J. Knoll. – New York, 2015. – 352 p.
21. Laden N. Peek-A Who? / N. Laden. – New York, 2000. – 10 p.
22. Leovy J. Ghettoside: A True Story of Murder in America / J. Leovy. – New York, 2015. – 384 p.
23. Martin S. Small Changes that spark big Influence / S. Martin, N. Goldstein, R. Cialdini. – London, 2014. – 240 p.
24. Rubin A. Those Darn Squirrels! / A. Rubin. – New York, 2011. – 32 p.
25. Snicket L. The Dark / L. Snicket. – New York, 2013. – 40 p.
26. Williams M. The Iliad and the Odyssey / M. Williams. – London, 2006. – 40 p.

Чуланова, Г.В. Засоби впливу на адресата в анотаціях і текстах-відгуках [Текст] / Г.В. Чуланова, А.Л. Стрілко // Молодий вчений. — 2016. — № 2. — С. 412–415.