

Сумський державний університет

На правах рукопису

Соколова Ірина Валентинівна

УДК 811.111'42

ПРАГМАТИКО-КОМУНІКАТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ
КАТЕГОРІЇ ПОВТОРУ В ТЕКСТАХ-АНОНСАХ

10.02.04 – германські мови

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата
філологічних наук

Науковий керівник:

Швачко Світлана Олексіївна

доктор філологічних наук, професор

Суми - 2002

ЗМІСТ

	Стор.
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ	5
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ПРАГМАТИКО-КОМУНІКАТИВНІ ТА КОГНІТИВНІ ПАРАМЕТРИ ТЕКСТІВ-АНОНСІВ.....	16
1.1. Текст-анонс як об'єкт прагмалінгвістичних досліджень.....	16
1.1.1. Особливості процесу побудови, сприйняття й розуміння текстів-анонсів.....	20
1.1.2. Місце категорії інтегративності в процесі забезпечення адекватного розуміння тексту.....	27
1.1.3. Прагматична та комунікативна настанови тексту-анонсу та умови їх реалізації.....	29
1.2. Специфічні риси тексту-анонсу як окремого типу текстів.....	33
1.2.1. Адресованість як текстотвірна та текстооформлююча категорія.....	38
1.2.2. Інформативність як основна текстотвірна категорія тексту-анонсу....	42
1.2.3. Особливості реалізації категорії модальності в текстах-анонсах.....	47
1.2.4. Вторинний характер тексту-анонсу, його складові елементи.....	50
1.2.4.1. Експліцитний характер викладу, засоби його реалізації в межах текстів-анонсів.....	51
1.2.4.2. Компресія як засіб підвищення інформативності текстів-анонсів.....	52
1.2.4.3. Стереотипність у виборі мовних засобів як умова функціонування текстів-анонсів.....	56
1.2.4.4. Метатекстовість і проспективна спрямованість текстів-анонсів.....	57
1.2.4.5. Позитивна оцінність як аксіологічна характеристика тексту-анонсу.....	58
1.2.5. Композиційна модель тексту-анонсу як експлікація категорії стереотипності.....	59

Висновки до першого розділу.....	68
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ	
КАТЕГОРІЇ ПОВТОРУ В ТЕКСТАХ-АНОНСАХ	
АНГЛОМОВНИХ ПУБЛІКАЦІЙ.....	
2.1. Категоріальні ознаки повторів.....	70
2.2. Психологічні основи повтору.....	74
2.3. Реалізація семантичного повтору в текстах-анонсах.....	77
2.3.1. Повтор на фоно-морфологічному рівні текстів-анонсів.....	79
2.3.1.1. Морфемний повтор.....	79
2.3.1.2. Повтор граматичних форм.....	85
2.3.2. Повтор на лексико-синтаксичному рівні текстів-анонсів.....	94
2.3.2.1. Поняття лексичного повтору, його структурні та семантичні різновиди.....	94
2.3.2.2. Повтор ключових слів.....	99
2.3.2.3. Повтор заголовку тексту.....	102
2.3.2.4. Синонімічний та антонімічний повтори в межах текстів-анонсів.....	106
2.3.2.5. Субституція елементів топіку як експлікація семантичного повтору.....	108
2.3.2.6. Реалізація гіпонімічних та гіперонімічних відношень у текстах-анонсах.....	112
2.3.2.7. Лексико-синтаксичний паралелізм.....	114
2.3.3. Ізоморфна сутність повторів на текстовому рівні.....	119
Висновки до другого розділу.....	124
РОЗДІЛ 3. ПОВТОР ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАГМАТИЧНОЇ	
ЕФЕКТИВНОСТІ ТЕКСТІВ-АНОНСІВ.....	
3.1. Функціональні характеристики повторів у текстах-анонсах.....	129
3.1.1. Роль повтору в процесі забезпечення текстової інтегративності.....	129
3.1.2. Роль повторів у забезпеченні максимальної інформативності текстів-анонсів.....	142

3.1.3. Повтор як засіб актуалізації рекламної функції текстів-анонсів.....	153
3.2. Прагматико-комунікативні характеристики повторів у текстах-анонсах.....	167
3.3. Функціонування повторів у межах концептуальної моделі текстів-анонсів.....	169
Висновки до третього розділу.....	172
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	176
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	180
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	200
ДОДАТКИ.....	202

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

АП	афіксальний повтор
ЗКБ	заключний комунікативний блок
ІКБ	інтродуктивний комунікативний блок
КБ	комунікативний блок
КП	кореневий повтор
КС	ключові слова
ЛП	лексичний повтор
ЛСП	лексико-синтаксичний паралелізм
МП	морфемний повтор
ОКБ	основний комунікативний блок
ПЛП	простий лексичний повтор
ПН	повторна номінація
ПТ	первинний текст
ТА	текст-анонс

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку мовознавства дослідження ведуться у межах функціоналізму, який сьогодні в лінгвістиці стає не тільки науковою парадигмою досліджень об'єкту в його взаємодії з середовищем, але й науковою методологією, що спрямована на аналіз різних видів комунікативної діяльності в сукупності її когніції, психологічного механізму, антропоцентризму, інтерсуб'єктивності, стратегічності і ефективності [145:88].

У функціональній парадигмі відокремлюють два основних напрямки – комунікативно-прагматичний та когнітивний. Прагматика, яка досліджує мовленнєві акти та умови їх реалізації, звертається до узагальнення відомостей про один із способів (комунікативний) існування індивіда в суспільстві [32, 36, 65, 97, 100, 103, 107, 127, 147]. Когнітивна лінгвістика, аналізуючи зміст, якому надається форма мовленнєвих актів, звертається скоріше до узагальнення відомостей про оточуючий людину світ природи, в який включається і до якого адаптується сама людина [58, 59, 189, 200, 203, 208, 220, 222]. За останнє десятиріччя посилилась тенденція до когнітивних досліджень тексту [200, 207, 208, 215, 233].

Розмежування двох напрямків функціоналізму сприяє дослідженню мовленнєвої діяльності людини в двох її основних взаємопов'язаних функціях: функції вираження абстрактного мислення та функції спілкування [59:3]. Оформлення думки і комунікація є взаємопов'язаними процесами, що не існують один без одного. Прагнення до комплексного аналізу мовних явищ призводить до поєднання прагматичного і когнітивного підходів у дослідженні, що допомагає встановити взаємозв'язок між комунікативною та креативною діяльностями людини [201, 218].

Евристичність сучасних лінгвістичних досліджень детермінована загальними методологічними принципами, серед яких основне місце посідають принципи антропоцентризму, текстоцентризму та міжнаукової експансії. **Антропоцентризм** знаходить своє відбиття у концентрованій увазі до людини як до носія мови. Аналіз мови не обмежується аналізом абстрактної мовної системи. Об'єктом лінгвістичних теорій на сучасному етапі є актуальне використання мови в суспільному контексті

[50:154], при цьому акцент ставиться на роль людського фактору в мові, тобто на тому, як людина пізнає і осмислює названі нею феномени оточуючого світу [8:356, 59:3, 72:8, 125:7, 157:231, 169:105, 192:12].

Текстоцентризм реалізується в дослідженні тексту як основної комунікативної одиниці, що є актуальним у межах загальної тенденції до вивчення мови в природних умовах [190:37]. Текст, його структурно-семантичні та категоріальні ознаки, а також текстова діяльність в цілому, вже давно були об'єктом лінгвістичного та психолінгвістичного аналізу [2, 31, 40, 48, 54, 67, 76, 77, 78, 84, 181, 187, 188].

Загальною стратегією сучасної лінгвістики тексту є перехід від вивчення текстової інтегрованої структури до аналізу тексту як комунікативної системи (дискурсу) [70, 71, 79, 122, 131, 192]. Спрямованість лінгвістики тексту на сучасну теорію комунікації сприяє розв'язанню багатьох малодосліджених питань щодо комунікативної компетенції автора, умов, моделей та адекватності сприймання тексту, ефективності текстової комунікації, оптимізації текстової структури та інших [145:107].

Питання комунікативної діяльності людини є актуальним не тільки для мовознавства. Ведуться дослідження тексту як результату мовленнєвої діяльності людини в рамках філософії, герменевтики, інформатики, кібернетики, психології та інших наук. Процес кооперації наукового знання включає використання результатів досліджень з інших галузей в рамках мовознавства, що призводить до залучання даних психології, логіки, філософії, математики та інших наук у процесі дослідження мовної проблематики тексту. **Міжнаукова експансія** характеризується виникненням нових напрямків на стиках дисциплін, що веде до інтеграції наукових знань і розвитку маргінальних дисциплін (комп'ютерна лінгвістика, соціальна лінгвістика, психолінгвістика та інші), а також до диференційного вивчення об'єкту з боку різних дисциплін [146:34, 175:170].

Дане дисертаційне дослідження присвячено вивченню реалізації прагматико-комунікативних характеристик категорії повтору в одному із видів інформаційно-рекламних текстів – текстах-анонсах. Дослідження здійснювалось на матеріалі

англомовних текстів, що анонсують появу нової публікації в сфері науки, техніки, культури, освіти. **Актуальність** роботи визначається загальною тенденцією у межах сучасного мовознавства до дослідження прагматико-комунікативних характеристик мовних явищ, до їх комплексного аналізу, а також тим, що недостатньо дослідженим залишається взаємозв'язок між прагматичною настановою текстів, умовами їх функціонування, з одного боку, та вибором мовних засобів, з іншого. Усе це зумовлює актуальність наукового завдання даної дисертації – комплексне дослідження повторів з точки зору їх місця в процесі забезпечення ефективності комунікації через інформаційно-рекламний тип текстів.

Зв'язок роботи з науковими темами. Робота пов'язана з науковою темою кафедри перекладу Сумського державного університету “Категорії типових і нетипових текстів”, яка була затверджена на засіданні науково-технічної ради СумДУ, протокол №5 від 10 лютого 2000р.

Вивченню повторів була присвячена значна кількість робіт у мовознавстві. Повтору як текстотвірному та текстооформлюючому елементу приділялась увага в працях таких видатних вчених як С. І. Гіндін, В. Г. Гак, В. А. Кухаренко, О.М. Мороховський, І. В. Арнольд, Н.М. Разінкіна. Дослідженню різних аспектів функціонування повторів присвячений ряд робіт за останні роки [9, 12, 14, 26, 48, 65, 66, 85, 118, 123, 143, 150, 156, 183, 198].

Огляд робіт з проблеми повтору показав, що недостатньо дослідженими залишаються питання, пов'язані з вивченням структурно-семантичних та функціональних особливостей повтору в текстах масової комунікації, а також залежність частотних та варіативних характеристик повтору від прагматичної настанови тексту.

Дослідження здійснювалось в межах прагматико-комунікативного напрямку мовознавства, у руслі аналізу площин взаємодії адресант / текст і текст / адресат. У процесі дослідження залучались результати досліджень психології та когнітивної лінгвістики. У роботі реалізується комплексний підхід до вивчення повтору – категорія повтору аналізується в інтеграції психологічних та лінгвістичних характеристик, функціонування повторів розглядається на різних мовних рівнях та у

міжрівневі взаємодії. В основі дослідження лежить гіпотетичне твердження про те, що структурно-семантичні характеристики, функціональне навантаження та частотність вживання різного роду повторів у тексті зумовлюються прагматичною настановою самого тексту, а також про те, що явище рекурентності (повторюваності) носить ізоморфний характер і належить до загальнотекстових категорій.

Мета дослідження полягає у встановленні закономірності оптимального вибору структурно-семантичних різновидів повторів з їх прагматико-комунікативними характеристиками в процесі утворення текстів-анонсів для забезпечення найбільшої ефективності впливу повідомлення на адресата.

Мета зумовлює конкретні **завдання** дослідження:

- ідентифікувати текст-анонс в аспекті його структурно-семантичних, композиційних і прагматико-комунікативних параметрів;
- надати комплексне визначення повтору з урахуванням його структурних, семантичних, функціональних характеристик та психологічного, лінгвістичного і прагматико-комунікативного аспектів;
- виявити структурно-семантичні параметри повторів у текстах-анонсах англomовних публікацій;
- розробити класифікацію повторів на засадах їх прагматико-комунікативних особливостей;
- визначити особливості використання категорії повтору в різних комунікативних блоках текстів-анонсів англomовних публікацій;
- розробити модель тексту-анонсу на основі аналізу рекурентної представленості концептів;
- визначити ступінь впливу повторів на реалізацію текстової інтегративності, на здійснення інформативної та рекламної функцій і на прагматичну ефективність тексту-анонсу англomовних публікацій.

Об'єктом даного дослідження є категорія повтору. **Предметом** вивчення виступають структурно-семантичні та прагматико-комунікативні особливості функціонування повтору в текстах-анонсах англomовних публікацій.

Категорія повтору розглядається як універсальна мовна категорія, що організує процес комунікації; охоплює психологічний, лінгвістичний та комунікативно-прагматичний аспекти комунікативної діяльності; бере участь у реалізації інформативної та рекламної функцій текстів-анонсів; забезпечує прагматико-комунікативну ефективність досліджуваного типу текстів.

Матеріалом дослідження слугували 1646 текстів-анонсів (ТА) нових публікацій англomовної науково-технічної та науково-популярної літератури сучасних видавництв Великої Британії. Вибір ТА як матеріалу дослідження пояснюється його недостатньою вивченістю в лінгвістиці. Невеликий обсяг даного типу текстів, чітке окреслення його меж, інформаційна насиченість, прозора прагматична спрямованість на певну групу реципієнтів, чітке визначення мети утворення тексту створюють умови для ефективного аналізу прагматико-комунікативних особливостей функціонування повтору.

Методологічною основою роботи є положення про єдність мови і мислення, форми і змісту, принцип загального зв'язку явищ об'єктивної дійсності. В основі дослідження лежить системно-діяльнісний підхід до мови й мовних явищ, трактування мовленнєвої сфери як складового елемента загальної діяльності людини.

Для реалізації поставлених завдань у роботі використана ціла низка **методів і прийомів**: гіпотетико-дедуктивний – для підтвердження на ілюстративному матеріалі висунутих теоретичних гіпотез щодо закономірності функціонування повторів в інформаційно-рекламних текстах; описово-аналітичний – для аналізу та узагальнення отриманих шляхом суцільної вибірки фактів реалізації категорії повтору; семантичний та контекстуальний аналіз – для виявлення імпліцитних повторюваних елементів; елементи концептуального аналізу – для розробки моделі тексту-анонсу, дослідження рекурентної презентації концептів; статистичний аналіз – для встановлення частоти вживання структурно-семантичних видів повтору.

Наукова новизна одержаних результатів визначається тим, що у роботі вводиться поняття “текст-анонс”, подається його визначення як прагматично обумовленої одиниці комунікації, вперше аналізується парадигма категорій ТА. У

роботі вперше здійснюється комплексний аналіз повторів у ТА англomовних публікацій стосовно їх структурно-семантичних і прагматико-комунікативних характеристик; поглиблюється розуміння категорії рекурентності / повторюваності як ізоморфного явища, що реалізується на всіх мовних рівнях і має вплив на здійснення прагматичної мети тексту. У дисертації вперше подаються класифікація повторів за їх прагматико-комунікативними характеристиками, модель дистрибуції повторів за комунікативними блоками в ТА англomовних публікацій, концептуальна модель ТА з урахуванням рекурентної представленості концептів.

Теоретичне значення дисертації полягає в тому, що результати дослідження прагматико-комунікативних особливостей повтору в ТА поглиблюють та доповнюють наявні теоретичні положення про обумовленість вибору мовних засобів прагматико-комунікативними характеристиками текстів, що є певним внеском у розробку теоретичних питань теорії тексту, прагмалінгвістики, теорії комунікації. Отримані результати доповнюють розуміння структури, семантики та функцій повтору, специфіки прагматичної реалізації інформаційно-реklamних текстів.

Практична цінність одержаних результатів визначається тим, що систематизований матеріал та результати дослідження можуть бути ефективно використані в процесі викладання теоретичних курсів з граматики та стилістики англійської мови, спецкурсів з лінгвістики тексту і прагматичних аспектів тексту, а також на практичних заняттях з англійської мови, при написанні курсових і дипломних робіт.

На захист виносяться такі **основні положення**:

1. Текст-анонс – це прагматично обумовлена одиниця комунікації, яка є завершеним з точки зору смислу системним утворенням, що призначається для орієнтації реципієнта в потоці інформації, а також для підготовки реципієнта до сприйняття первинного тексту. Текстам-анонсам притаманні максимальна інформативність, вторинність, компресія інформації, стандартність / стереотипність викладу, метатекстовість, практична спрямованість, проспективна спрямованість, експліцитність викладу та позитивна оцінність.

2. Композиційна модель ТА відображає жанровий принцип їх побудови, який ґрунтується на єдності форми даних текстів і їх змісту, та якісно відрізняє їх від інших жанрових різновидів. Особливості композиційної організації ТА обумовлені їх прагматичною настановою і втілюють тенденцію до їх стереотиповості. Виділення жанрового різновиду ТА стає можливим завдяки наявності єдиної концептуальної моделі даного типу текстів, яка експлікується через стереотипну композиційну структуру ТА та його лексико-синтаксичне наповнення.

3. В лінгвістичному плані повтор – це рекурентна представленість семантичних компонентів глибинної структури тексту, яка експліцитно реалізується в повторенні одиниць різних рівнів, повторенні морфологічних значень, і є засобом встановлення відношень стосовно референта повідомлення, мобілізації уваги реципієнта на адекватне сприйняття інформації, а також засобом надання адитивної та емоційно-експресивної інформації. В основі повтору як лінгвістичного явища знаходиться психологічний феномен репродукування знань та досвіду.

4. На текстовому рівні повторюваність є ізоморфним явищем, що реалізується у взаємодії та взаємозв'язку різнорівневих повторів і виступає одним з факторів забезпечення функціонування тексту як цілісної системи.

5. У прагматико-комунікативному аспекті повтор виступає як один із засобів реалізації прагматичної інтенції продуцента у процесі текстотворення, а також як засіб реалізації прагматичної настанови реципієнта до адекватного розуміння тексту. Повтор у ТА англомовних публікацій реалізує наступні функції: інтегративна, інформативна, акумулятивна, акцентуюча, оцінна, топікова. Функціональне навантаження повтору, його структурно-семантичні характеристики та кількісні параметри визначаються прагматичною настановою ТА.

6. Повтори як засоби прагматичного, синтаксико-граматичного та семантичного зв'язку сприяють реалізації текстової інтегративності; використовуються з метою інтенсифікації інформативності тексту шляхом забезпечення семантичної надмірності, перешкодостійкості повідомлення, подання адитивної інформації; сприяють реалізації рекламної функції ТА. Функціонування різнорівневих повторів забезпечує прагматичну ефективність ТА в цілому.

7. Модель дистрибуції повторів у ТА репрезентує концептуальну модель даного типу текстів і експлікує рекурентний характер подання інформації в текстах-анонсах. Дистрибуція повторів за комунікативними блоками, їх частотність і варіативність зумовлені прагматичною настановою ТА на спонукання реципієнта до отримання інформації з первинного тексту.

Апробація роботи. Результати дисертаційного дослідження доповідались та обговорювались на засіданнях кафедри перекладу Сумського державного університету (1999-2001). Дисертаційне дослідження пройшло апробацію на таких конференціях: Міжнародна конференція германістів “Мовна компетенція, креативність та актуальні проблеми викладення іноземних мов” (Харківський державний університет, м. Харків, 1998 р.), Міжнародна наукова конференція “Cognitive / Communicative Aspects of English” (Черкаський державний університет, м. Черкаси, 1999 р.), Міжнародна наукова конференція “Іноземна філологія на межі тисячоліть” (Харківський національний університет, м. Харків, 2000 р.), II Всеукраїнська конференція “Методологічні проблеми перекладу на сучасному етапі” (Сумський державний університет, м. Суми, 2001 р.), Міжнародна наукова конференція “Pragmatics and Beyond” (Харківський національний університет, м. Харків, 2001 р.).

Публікації. Результати дисертаційного дослідження опубліковані в повному обсязі у 9 одноосібних статтях автора, 6 з яких надруковані у провідних фахових виданнях України (1999-2001), та у матеріалах 4 конференцій.

Особистий внесок полягає у систематизації та узагальненні даних про структурно-семантичні характеристики повторів; у визначенні прагматико-комунікативного статусу повторів у ТА та їх класифікації; у розробці моделі дистрибуції повторів за комунікативними блоками ТА та концептуальної моделі ТА англомовних публікацій.

Структура роботи. Дисертація складається з переліку умовних скорочень, вступу, трьох розділів з висновками, загальних висновків, списку використаної літератури, що налічує 234 позиції, списку ілюстративних джерел, що включає 29

найменувань, 5 додатків. Обсяг основного тексту дисертації складає 179 сторінок, загальний обсяг роботи – 211 сторінок.

У **переліку умовних позначень** наводяться вжиті в дисертації скорочення з їх детальною розшифровкою.

У **вступі** викладені теоретичні та методологічні засади дослідження, обґрунтована його актуальність, наукова новизна, теоретична й практична цінність, визначені предмет і об'єкт, мета та завдання дослідження, сформульовані основні положення, що виносяться на захист.

У **першому розділі** дисертації з'ясовуються питання вибору матеріалу дослідження, критично узагальнюються результати попередніх досліджень з теорії тексту, взагалі, та інформаційно-рекламних текстів, зокрема; розглядаються процеси породження, сприйняття і розуміння текстів, у тому числі й інформаційно-рекламних; подається визначення ТА як типу текстів, а також детальна характеристика ТА в аспекті їх категоріального навантаження і типологічної представленості; досліджуються особливості реалізації прагматичної спрямованості даного типу текстів.

Другий розділ містить аналіз наукової літератури з проблематики повтору; дискутуються різні підходи у лінгвістиці до вивчення даного явища та його класифікації. Досліджуються структурно-семантичні характеристики повтору в ТА англомовних публікацій. Імпліцитно та експліцитно представлені повтори розглядаються на фоно-морфологічному, лексико-синтаксичному та текстовому рівнях. Пропонується визначення сутності семантичного повтору; вивчається функціонування повтору як ізоморфного феномену на текстовому рівні.

Третій розділ присвячений дослідженню ролі та місця повтору в процесі реалізації прагматичної мети ТА; подається детальний аналіз функціонального навантаження повтору в ТА і класифікація повторів за їх прагматико-комунікативними характеристиками; розглядається роль повторів у процесі реалізації інформативної та рекламної функцій ТА. Моделюється дистрибуція повторів за композиційними блоками ТА англомовних публікацій, а також

запроваджується концептуальна модель ТА з урахуванням рекурентної презентації концептів.

Кожний розділ супроводжується **висновками**.

У **загальних висновках** підводяться підсумки проведеного дисертаційного дослідження, подаються теоретичні та практичні результати.

Додатки містять ксерокопії окремих сторінок каталогів та рекламних листівок різних видавництв, що слугували матеріалом дослідження.

РОЗДІЛ 1

ПРАГМАТИКО-КОМУНІКАТИВНІ ТА КОГНІТИВНІ ПАРАМЕТРИ ТЕКСТІВ-АНОНСІВ

1.1. Текст-анонс як об'єкт прагмалінгвістичних досліджень

На сучасному етапі розвитку лінгвістики дослідження ведуться за принципом **системного підходу** до явищ, що вивчаються [6:118, 7:118, 22:14, 46:61, 71:12, 89:69, 175:168, 178:65, 192:18, 227:80]. Визначення мови як цілісної системи, яка складається з елементів, що за певними правилами тісно взаємодіють один з одним і з оточуючим середовищем, походить ще від Ф. де Соссюра. Мовленнєва сфера трактується як відносно самостійна система, з одного боку, і як елемент інших систем, з іншого [6:118]. Системність, як одна з найважливіших якостей мови, виявляється в тому, що її елементи складають комплексну когерентну структуру, рівні якої визначаються взаємодією цих елементів, при цьому кожен рівень може бути представлений у вигляді окремої системи [192:18]. Мовленнєва сфера діяльності людини є складовим елементом не тільки системи мови, але й системи соціальної взаємодії людей в цілому.

Поширення системного підходу в лінгвістичній прагматиці призводить до актуалізації питань, пов'язаних із фактором особистості та екстралінгвістичними аспектами функціонування мовленнєвої системи. В процесі дослідження мовленнєвого спілкування відбувається залучення позамовного контексту до аналізу семантичних аспектів спілкування. Дослідження мовних явищ у їх співвідношенні до контексту й учасників спілкування ведеться в руслі прагматики.

Якщо погодитись з визначенням **прагматики** як дисципліни, що вивчає лінгвістичну комунікацію в процесі [70:9], спрямована на виявлення закономірностей вибору мовних засобів в залежності від мети комунікації та її позамовного середовища [32:29], то системний підхід до мовних явищ є найбільш доцільним. Особливістю такого підходу є те, що, по-перше, мовні явища вивчаються в динаміці свого природного існування і, по-друге, у фокусі аналізу знаходиться

людський фактор. Як визначає А.В.Бондарко, людський фактор міститься не тільки в функціонуванні елементів мови в мовленні й в мовленнєвому середовищі, але й у самій мовній системі [22:21].

Крім того, доцільність системного підходу в межах прагматики тексту пояснюється тим, що в тексті інтегруються системна структурність мови, інтенційно зумовлені ознаки адресанта, його концептуальна сфера, його стратегії щодо адресата [145:106].

У функціонально-прагматичній парадигмі досліджень текст розглядається не просто як одиниця мови, а як засіб відображення реальної дійсності, побудований за допомогою елементів мови згідно з правилами мовного спілкування. Ієрархічний характер структури тексту дозволяє визначати його як систему.

Текст в цілому можна охарактеризувати як основну одиницю комунікації, засіб зберігання і передачі інформації, форму існування культури, продукт певної історичної епохи, індивідуальну мовленнєву форму відображення дійсності. В залежності від того, яка з характеристик тексту береться за основу, розробляються різні визначення тексту [40:18, 55:49, 72:39, 90:28, 110:307, 171:200, 176:102, 178:65].

У роботі поділяється точка зору на текст як комунікативну одиницю вищого порядку, функціонально об'єднану в єдину замкнену семантико-сміслову структуру загальною концепцією [55:49]. Основним текстотвірним фактором вважається комунікативна інтенція адресанта, яка реалізується через прагматичну мету тексту. Текст, таким чином, виступає серединним елементом у відносинах між учасниками акту комунікації і являє собою міжособисту структуру, яка існує тільки в її відношенні до автора і реципієнта [186:72].

Текст являє собою складну ієрархічно структуровану комунікативну одиницю, що характеризується номінативною, предикативною і прагматичною функціями [1:7]. Комплексний характер тексту вимагає комплексного підходу до аналізу його функціонування.

Прагнення до комплексного аналізу текстів у межах цього дисертаційного дослідження призвело до залучення методик новітніх когнітологічних досліджень,

серед яких основне місце посідають методи концептуального аналізу. Концептуальний аналіз торкається глибинних інформаційних пластів мислення, де відбувається композиційне впорядкування знань про світ, що знаходиться в основі мовної семантики.

У межах когнітивного мовознавства текст розглядається як сукупність сценаріїв певної концептуальної бази, як спосіб репрезентації знань у мові, як концептуальне модельне відображення дійсності і можливих світів, як модифікат сфер свідомості автора (художньої, естетичної, етичної, наукової, аксіологічної, прагматичної) і як когнітивна модель впливу на свідомість, інтелект, пам'ять, поведінку, погляди інтерпретаторів [146:181]. Текст містить певний відносно інваріантний набір актантів (учасників ситуації), кожен з яких є самостійною сутністю з певним набором властивостей, урахування яких необхідно при аналізі вербалізованого концептуального простору тексту. У зв'язку з цим текст-анонс можна характеризувати як концептуальне модельне відображення комунікативної ситуації, що розвивається між трьома актантами (продуцент первинного тексту, продуцент ТА, реципієнт ТА). Правомірно визначити розробку концептуальної моделі текстів-анонсів і дослідження ролі та місця повторів у мовній репрезентації концептів у ТА як актуальну проблему у межах нашого дослідження.

Слід відзначити також, що за останні роки поширилась тенденція до вивчення текстів з чіткою прагматичною настановою. До даного типу текстів правомірно віднести рекламний текст. Питання стильової належності рекламних текстів ще й досі дискутується. Перспективним напрямком у сучасній лінгвістиці є дослідження функціональних стилів у плані їх інтеграції [170:63]. У даному дослідженні рекламний текст розглядається як функціональний комплекс, що інтегрує в собі ознаки публіцистичного, газетного, наукового і ділового стилів.

Як зазначає А.А.Стриженко, “реклама в мовному плані являє собою індивідуалізовану систему засобів виразу” і може розглядатись як самостійна, відокремлена від інших, сфера мови [172:71]. Мова реклами є унікальним засобом функціонального використання мови в діяльності, мета і екстремальні умови якої максимально враховуються під час створення рекламного тексту.

Визначення реклами як окремої сфери мови дає можливість відокремити жанри реклами – політична, комерційна, науково-технічна [172:71, 205:388]. Жанри реклами, в свою чергу, розподіляються нами на окремі види за об'єктом рекламування (див. рис. 1.1).

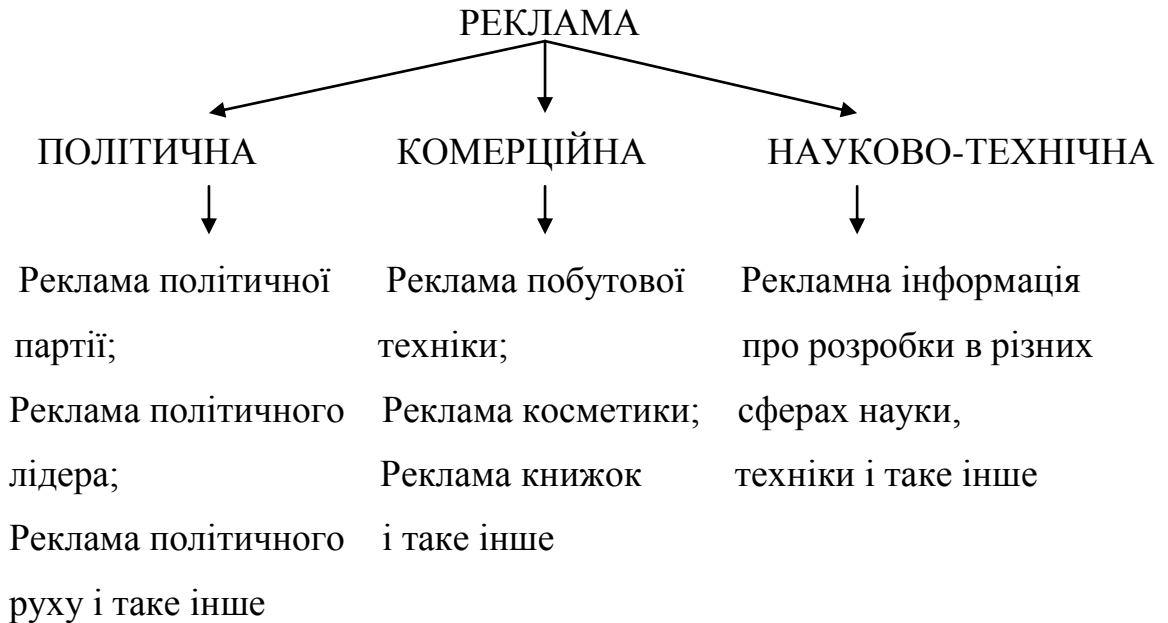


Рис. 1.1. Жанрова класифікація реклами.

Тексти, що аналізуються в даному дослідженні, ми відносимо до гібридного типу текстів, які містить в собі ознаки інформаційного, рекламного, наукового текстів, та характеристики анотації. Цей різновид текстів ми визначаємо як **тексти-анонси** і характеризуємо як інформаційно-реklamний текст. Як частково рекламний тип тексту, тексти-анонси правомірно віднести до стилю комерційної реклами, вид – реклама книжок.

Дослідження текстів-анонсів здійснюється у межах прагмалінгвістики із застосуванням системного підходу до аналізу мовних явищ. Слідом за І.С.Шевченко ми вважаємо за доцільне використовувати письмовий текст як об'єкт прагмалінгвістичного аналізу, оскільки в ньому зберігаються основні конститутивні характеристики комунікативно-інтенціонального плану дискурсу: настанова мовленнєвої дії, учасники дії, інформація, загальні конверсаційні принципи [192:31]. Поєднання прагмалінгвістичного та когнітивного підходів, а також залучання

результатів психологічних досліджень надають можливість комплексного аналізу категорії повтору в текстах-анонсах.

1.1.1. Особливості процесу побудови, сприйняття й розуміння текстів-анонсів. Визначення тексту як комунікативної одиниці, функціонування якої спрямоване на реалізацію певних настанов, зумовлює актуальність прагматико-комунікативних досліджень, що, в свою чергу, пов'язано з аналізом процесів утворення, сприйняття та розуміння текстів. Процеси породження, сприйняття і розуміння текстів неодноразово були об'єктом дослідження як психологів так і лінгвістів [23, 28, 51, 54, 61, 62, 102, 106, 202, 217]. Розробка процедур утворення тексту згідно з його комунікативними задачами має велике значення для теорії масової комунікації, мета якої – побудова теорії мовленнєвого впливу. Перспективними та малодослідженими у зв'язку з проблемою породження та сприйняття тексту є питання коректування та корегування комунікації, до яких, зокрема, відноситься проблема ефективності комунікації через інформаційно-рекламний текст.

Дослідження процесів побудови та розуміння тексту знаходиться в межах компетенції психолінгвістики і не може бути об'єктом детального аналізу в даній роботі. Ми розглядаємо процеси текстотворення і текстосприйняття лише в якості теоретичної бази дослідження. Аналіз процесів побудови та сприйняття інформаційно-рекламних текстів (а саме текстів-анонсів) у межах нашого дослідження покликаний сприяти розумінню процесів взаємодії учасників акту комунікації через рекламний текст.

Реалізація прагматичної настанови тексту неможлива без інтерпретації текстової інформації, тобто без розуміння тексту з боку реципієнта. У межах прагматичних досліджень текст розглядається як продукт і засіб реалізації комунікативної задачі, яка постає одночасно перед учасниками комунікативного акту: у адресанта – на адекватну передачу інформації, у адресата – на її розуміння [186:79]. З одного боку, текст виступає ієрархією комунікативних програм, що є підпорядкованими меті

діяльності, з іншого – комунікативна настанова тексту зумовлює його структуру і взаємозв'язок його компонентів.

Текст вважається комплексною системою, в якій дійсність, мова і результати мовленнєво-розумової діяльності реалізуються відповідно на предметному (екстралінгвістична інформація), логічному (засоби організації думки автора) і лінгвістичному рівнях (мовні засоби) [176:102]. Комплексний характер тексту виявляється також у його двобічній спрямованості – текст взаємодіє з двома суб'єктами комунікативного акту: адресантом і адресатом. Відповідно семантика тексту може бути розглянута в двох аспектах: по відношенню до адресанта (зміст тексту), по відношенню до адресата (смісл тексту) [72:39, 227:81].

Зміст тексту, його концепт визначається автором згідно з його комунікативною інтенцією, яка реалізується через прагматичну функцію інформації в тексті. Реципієнт, сприймаючи семантику тексту, формує його ідею (смісл). Якщо смісл для реципієнта відсутній, це означає незрозумілість тексту, неможливість побудови адекватної даному тексту моделі.

У процесі комунікативної діяльності (до якої відноситься також і діяльність з текстотворення) відбувається моделювання тексту в двох напрямках: адресант будує текстову модель у напрямку позамовний зміст → мовна форма/мовна система → мовлення, адресат – у напрямку мовлення → мовна система/мовна форма → позамовний зміст [146:17].

Утворення і розуміння тексту – зустрічні процеси, направлені на реалізацію прагматичних настанов учасників акту комунікації. Прагматичний підхід до вивчення тексту дає можливість дослідити засоби і способи впливу репродуцента на інформаційну й світоглядну систему реципієнта.

Породження тексту носить складний, глибоко інтеріорізований характер. Процес породження трактується як складний процес від самих його джерел у розумовій діяльності людини до кінцевої стадії оформлення думки в мові [146:83]. Процес породження тексту важко прослідити; основним критерієм діяльності по текстотворенню виступає її продукт – текст.

Продуцент тексту в процесі текстотворення керується власною інтенцією, яка виникає на основі його минулого досвіду, з урахуванням комунікативної ситуації [192:37], і в якій відображена мета створення тексту. Комунікативно інтенція продуцента відображає мотив породження тексту і може бути визначена на основі екстралінгвістичних умов комунікативної ситуації, або надана експліцитно в самому тексті.

Текстотвірна діяльність, також як і діяльність з породження мовлення, є рухом від мотиву, інтенції продуцента до інтерпретанти адресата, від ілокутивної сили до перлокутивного ефекту. В процесі текстотвірної діяльності, таким чином, враховується знання принципів мовленнєвого спілкування та ілокутивних сил окремих мовленнєвих актів, знання різних типів текстів і умов їх вживання, знання про адресата і таке інше.

У залежності від ступеню підготовленості та ступеню алгоритмізації текстової діяльності, вона може мати більше чи менше складний характер. У випадку породження текстів-анонсів продуцент має у своєму розпорядженні чіткий алгоритм діяльності і модель тексту, а також певний набір лінгвістичних засобів, що полегшує сам процес текстотворення. Мотивом породження ТА є рекламування товару з метою його продажу.

Ексклюзивний характер процесу породження ТА як інформаційно-рекламного типу текстів зумовлений тим, що набір засобів рекламування тут дещо обмежений і рекламна функція здійснюється через надання достовірної інформації про первинний текст. Крім того, продуцент повинен враховувати той факт, що реципієнт не має часу читати кожен окремий текст з каталогу, а здійснює свій вибір на тематичній основі.

Сприйняття тексту – процес протилежний процесу текстотворення. Якщо текстотворення характеризується загальною спрямованістю “від думки до тексту”, то процес сприйняття має зворотній напрямок “від тексту до думки” [72:126]. Виділяють такі етапи процесу сприйняття:

а) етап “мотивації” – визначає перший, мотиваційно-спонукальний рівень процесу сприйняття;

б) інтенція й мовленнєва діяльність реципієнта – охоплює процеси безпосередньої взаємодії реципієнта з текстом (аудіовізуальне сприйняття сенсорними рецепторами), а також найближчі ментальні процеси обробки отриманої інформації; в) глибинні процеси розуміння тексту, які можуть привести до зміни як тезаурусу, так і концептуальної системи особистості реципієнта [72:126-127].

Сприйняття тексту є першим і необхідним етапом його **розуміння**. Сприйняття об'єкту означає не тільки власне перцептивне, а й концептуальне його відокремлення шляхом надання йому певного смислу/концепту в якості ментальної репрезентації об'єкту.

Розуміння в психології розглядається як взаємодія з об'єктом, у результаті якого створюється діюча модель об'єкту [155:419]. У лінгвістиці розуміння трактується не просто як механічний перенос інформації речення/тексту в пам'ять реципієнта, а як процес, пов'язаний з логічною переробкою цієї інформації [126:3]. Для розуміння характерна наявність виразної внутрішньої зв'язності, що реалізується через логічну впорядкованість інформації.

Сприйняття й розуміння інформації відбувається на декількох рівнях: від рівня безпосереднього сприйняття знакової форми тексту реципієнт переходить до рівня розуміння смислу висловлення, а згодом до рівня сприйняття тексту як завершеної і суцільної структури [21:24]. У цьому процесі велика роль відводиться категоріям зв'язності і цілності тексту, які реалізуються через структурно-семантичні, синтаксичні, логічні, композиційні засоби зв'язку.

Процеси продуціювання текстів і їх розуміння позначені інтеграцією операцій. Орієнтація на розуміння тексту виступає в якості зворотного зв'язку для автора і носить характер профілактики провалу акту комунікації. Іншими словами, структура і семантика тексту створюють одну частину складного механізму, інша частина якого міститься в свідомості та пам'яті індивіда, який сприймає текст. Коли ці два компоненти вступають у взаємодію, відбувається процес сприйняття і розуміння тексту, ефективність якого залежить від багатьох факторів.

Розуміння тексту – це складний, багатоетапний розумовий процес, у ході якого іде активна переробка лексичних елементів у смислові шляхом багаторазового

перекодування інформації [138:112]. Процес розуміння базується на фонових знаннях реципієнта, його життєвому досвіді, енциклопедичній інформованості, рівні володіння прагматичними стратегіями, а також на рівні мовної компетентності.

Розуміння тексту починається в той момент, коли реципієнт набуває здібності зробити висновок із сприйнятої частини повідомлення при сприйманні нових семантичних компонентів і зіставлення їх (як свідомо, так і підсвідомо):

- з іншими семантичними компонентами і їх конфігурацією в мовленнєвому повідомленні - мовленнєвий висновок;
- з елементами змісту своєї довгочасної когнітивної пам'яті ("тезаурусом" своїх знань про світ), релевантними для змісту повідомлення – когнітивно-тезаурусний висновок;
- з факторами ситуативного контексту повідомлення – ситуативно-дейктичний висновок;
- з елементами рольових характеристик учасників комунікації – прагматичний висновок [185:94].

Розуміння тексту здійснюється разом із реалізацією основного комунікативного завдання реципієнта, направленою на виявлення й осмислення головних лексико-тематичних ліній тексту. З іншого боку, продуцент під час породження тексту прагне оформити основну думку у вигляді головної лексико-тематичної лінії [128:80]. У процесі виявлення лексико-тематичних ланцюжків велике значення мають засоби зв'язку. Саме за допомогою елементів зв'язку на всіх мовних рівнях репродуцент оформлює тему тексту, забезпечуючи його інтегративність.

Повний цикл розуміння включає не тільки встановлення значень лінгвістичних одиниць, що складають текст, але й конструювання когерентної смислової структури тексту і її інтеграцію з наявною в свідомості реципієнта "картиною світу".

У спрощеному вигляді процес породження й розуміння тексту має такий вигляд: продуцент, утворюючи текст, вступає у внутрішній діалог із припустимим реципієнтом, моделює його можливі реакції; реципієнт під час сприймання тексту

веде внутрішній діалог із репродуцентом, переходить від сприйняття до інтерпретації тексту і власних оцінок щодо його змісту.

Процеси творення й сприйняття текстів-анонсів мають свої особливості, обумовлені характером прагматичної настанови даного типу текстів і умовами їх функціонування. Породження ТА має місце в процесі реалізації комунікативної настанови продуцента – організації комунікативної структури тексту в оптимальній для адресата формі [83:102]. Процес породження ТА регламентується такими факторами:

1. Продуцент тексту прагне досягнення практичної мети; кінцевим результатом діяльності з текстотворення має бути реалізація товару, що рекламується.
2. Продуцент не має можливості коректувати свої дії через відсутність засобів поточного контролю.
3. Продуцент повинен враховувати сприятливі й несприятливі умови функціонування рекламного тексту і усувати перешкоди для сприйняття тексту.

Продуцент ТА повинен назвати не тільки споживчі якості товару, що рекламується, але й стимулювати реципієнта до придбання саме цього товару. Створення мотиваційної бази здійснюється через розробку і надання реципієнтові системи цінностей, елементом якої є даний товар. Спрямованість на кінцевий результат є необхідною вимогою рекламного тексту, що обов'язково повинен враховувати продуцент ТА в процесі своєї діяльності з текстотворення.

Відсутність засобів зворотного зв'язку зменшує ефективність рекламного тексту. Саме тому необхідними умовами ефективності реклами є дослідження ринку споживачів та детальна параметризація припустимого реципієнта.

Продуцент тексту-анонсу прагне врахувати всі сприятливі й несприятливі умови функціонування тексту з метою нейтралізації перешкод на шляху його сприйняття. Серед таких перешкод можна назвати інші тексти, які знаходяться на тій самій сторінці рекламної листівки/брошури; недовіру, байдужість, антипатію реципієнта; рекламну продукцію конкуруючих установ. Крім того, для сприйняття ТА характерний дефіцит часу та обмеженість простору (“space restriction”) [228:57], що

зумовлює прагнення продуцента до надання інформації у стислій формі й до використання ефективних засобів рекламування.

Сприйняття й розуміння ТА є багатоетапним процесом і здійснюється за такою моделлю:

1. Етап усвідомлення реципієнтом необхідності отримання інформації через каталог публікацій – етап мотивації дії.
2. Візуальне сприйняття інформації і відокремлення прагматично обумовленої інформації, що відбувається на основі тематичних ліній текстів. На даному етапі робиться зіставлення повідомлення з власним тезаурусом реципієнта – когнітивно-тезаурусний висновок.
3. Детальне сприйняття інформації окремих ТА, глибинні процеси розуміння.
4. Прагматичний ефект повідомлення – зміни в системі цінностей реципієнта, практична діяльність реципієнта (прочитання або отримання публікації, що рекламується).

Основою ефективності сприйняття й розуміння ТА є детальний аналіз гіпотетичного реципієнта; створення мотиваційної бази для сприйняття даного тексту; використання таких вербальних і невербальних засобів, які б здійснювали вплив на свідомість і підсвідомість реципієнта. Мірою ефективності сприйняття й розуміння ТА слугує практична діяльність реципієнта.

1.1.2. Місце категорії інтегративності в процесі забезпечення адекватного розуміння тексту. Категорія інтегративності, як її розуміє О.М.Мороховський, займає провідне місце в забезпеченні адекватного розуміння тексту. Інтегративність тексту має дві сторони – семантичну і формально-структурну, що відображається в двох взаємопов'язаних аспектах тексту – його цілісності й зв'язності [171:213]. Цілісність тексту, яка носить семантичний характер, передбачає смислову єдність тексту. Основним показником зв'язності тексту виступають формально-структурні засоби зв'язку, які мають безпосереднє відношення до розгортання теми висловлення, тобто засоби зв'язку, в основі яких лежить повторення однакових або семантично близьких понять [144:26]. Дослідженню загальнотекстових категорій

зв'язності і цілісності присвячена значна кількість робіт у сучасному вітчизняному і зарубіжному мовознавстві [17, 25, 37, 41, 73, 101, 104, 115, 116, 136, 184, 214, 215, 216, 219, 232].

Цілісність і зв'язність тексту в межах його інтегративності співвідносяться як філософські категорії змісту та форми – цілісність має свою представленість в формальній зв'язності тексту; зв'язність, в свою чергу, експліцитно реалізує семантичну цілісність. Зв'язність та цілісність, таким чином, є взаємопов'язані і взаємообумовлені категорії, дослідження яких окремо є недоцільним. Саме тому ми аналізуємо загальну категорію текстової інтегративності.

Інтегративність, таким чином, визначається нами як текстотвірна і текстооформлююча категорія, яка охоплює семантичний та формально-структурний аспекти тексту і виражає зв'язок елементів змісту і логіки викладу шляхом використання лексико-граматичних та функціонально-синтаксичних засобів.

Інтеграція тексту, в першу чергу, здійснюється на глибинному рівні через семантичне узгодження. Основний семантичний закон узгодження формулюється наступним чином: для того, щоб два слова склали правильне сполучення вони повинні мати, крім специфічних сем, спільну сему, або не мати несполучних сем; спільна сема може мати категоріальний характер. Узгодження взагалі розуміється як повторення того чи іншого компонента значення, починаючи з найбільш абстрактних (рух, простір, час і таке інше), далі до граматичних категорій і до “емпіричних” компонентів [185:62].

Семантичне узгодження насамперед ґрунтується на повторюваності сем синтагматично пов'язаних слів. Семантичне узгодження апелює до валентності слів у широкому розумінні, тобто до їхньої сполучуваності у межах речення, надфразної єдності, тексту [144:19].

Основний семантичний закон узгодження лежить в основі використання повтору як інтегруючого елемента, причому це справедливо як для контактно розташованих, так і для дистантних повторів. Семантичний закон узгодження діє як між словами, що узгоджуються, у межах одного речення, так і між реченнями, у межах цілого тексту, якщо текст вважається зв'язним і цілісним.

У плані забезпечення текстової інтегративності семантичне узгодження корелює з ономасіологічним. Ономасіологічне узгодження розглядається в двох аспектах: як дублювання ментально-лінгвістичного механізму створення номінативної одиниці, а також як повторення компонентів ономасіологічної структури номінативом. Ономасіологічне узгодження є сутнісною рисою будь-якого мовленнєвого твору, яка забезпечує максимальну доступність, зрозумілість інформації, що передається, полегшує її декодування читачем [146:184].

Ономасіологічне узгодження реалізується через повторення ономасіологічних компонентів/ознак і забезпечується когнітивним механізмом висвітлення певних сценаріїв у концептах, їх вербалізацією згідно з концептуальним планом [146:196]. Таким чином, ономасіологічне узгодження розглядається як особливий вид повтору, але повтору не явного, експліцитного, а того, що функціонує в глибинній структурі текстів, реалізуючи їх концептуальну модель. Цей вид узгодження, виконуючи тематичну та концептуалізуючу функції, виступає як одна з сторін текстової інтегративності.

Ономасіологічне узгодження в тексті демонструє загальну тенденцію до надмірності, але надмірність будь-якої текстової структури завжди детермінована авторським задумом, загальними законами текстотворення, прагматичною настановою на полегшення сприйняття. У текстах-анонсах надмірність семантичної та ономасіологічної структур забезпечують реалізацію інформативної і рекламної функцій і продиктовані екстралінгвістичними умовами функціонування ТА.

Взагалі інтегративність текстів-анонсів має комплексний характер. Вибір засобів реалізації категорії інтегративності в ТА пов'язаний з такими екстралінгвістичними факторами, як розміщення тексту в просторі (каталог або рекламна листівка), об'єм наданої інформації (стислий або розгорнутий тип тексту), пріоритет конкретного прагматичного завдання тексту (привернення уваги реципієнта до нової публікації чи надання детальної інформації про публікацію). Обмеженість об'єму та стереотипна композиційна будова ТА роблять реальним завдання дослідження текстової інтегративності.

1.1.3. Прагматична та комунікативна настанови тексту-анонсу та умови їх реалізації. Суспільний комунікативний характер і чітка прагматична спрямованість ТА слугують відправним елементом для вивчення залежності структурно-семантичної організації тексту від його прагматичної та комунікативної настанов.

В прагматику рекламного тексту входить певний набір текстотвірних факторів, серед яких головне місце посідають комунікативна інтенція адресанта і прагматична спрямованість тексту. Прагматика тексту матеріалізується в **прагматичному аспекті тексту**, який визначається як сукупність всіх мовних засобів і мовленнєвих прийомів, що конституюють даний текст, всіх його елементів і характеристик, що беруть участь у реалізації прагматичної настанови тексту [36:9].

У процесі дослідження виявилось суттєвим розмежовувати поняття “комунікативна” та “прагматична” настанова/мета тексту. **Комунікативна настанова**, породжена інтенцією автора, відображує намір автора надати певну інформацію в тексті, розкрити певну тему. **Прагматична мета**, за визначенням В.Л.Наєра, є “матеріалізованим у тексті усвідомленим конкретним наміром адресанта зробити відповідний вплив на адресата” [107:16]. Комунікативна і прагматична настанови, які є логіко-мовленнєвими поняттями, реалізують у тексті інтенцію його продуцента, що виступає поняттям психологічного плану.

Комунікативну мету тексту-анонсу можна визначити як надання фактичної інформації про зміст, структуру, призначення основного твору. Прагматична настанова ТА спрямована на спонукання реципієнта до конкретної дії – придбання або прочитання нової публікації, що анонсується в окремому тексті. Якщо комунікативна настанова реалізується через інформативну функцію ТА, то із здійсненням прагматичної мети в більшій мірі пов’язана рекламна функція. Слід відзначити, що розмежування понять комунікативної настанови і прагматичної мети носить суто умовний характер і реалізація цих категорій на текстовому рівні відбувається симультанно.

Комунікативні особливості ТА зумовлені комунікативною моделлю аналітико-синтетичного перетворення первинного тексту. Під **первинним текстом (ПТ)** в даному дослідженні розуміється текст, який є основою для написання тексту-

анонсу, його тематичною базою. У нашому випадку первинним текстом виступає текст нової публікації в сфері науки, техніки, культури.

АВТОР ПТ → ПТ → ПРОДУЦЕНТ ТА → ТА → РЕЦИПІЄНТ

Рис. 1.2. Модель комунікативної ситуації, що здійснюється через текст-анонс.

Продуцент ТА, утворюючи кожен окремий текст, базується на інформації з ПТ і керується прагненням надати достовірну і скомпресовану інформацію щодо теми нової публікації. Існування текстів-анонсів як продукту обробки інформації з ПТ обумовлює вторинний характер цих текстів і особливості здійснення даного акту комунікації.

Умовами організації комунікативної настанови ТА є:

- відокремлення найбільш актуальної інформації з наявної в ПТ;
- узагальнення інформації;
- надання фактичній інформації позитивної оцінки.

У ТА, на відміну від ПТ, спрацьовує текстова бісемія: реалізація смислового навантаження ПТ у ТА надається з метою реклами. Авторські інтенції в ТА мають меркантильний характер, тому що вони стосуються споживача-адресата. Авторські інтенції в ПТ зумовлені онтологічною даністю тексту. Тому ТА розділяються на два блоки, що відповідно стосуються референта (у даному випадку ним виступає ПТ) та адресата ТА. Бісемія в межах ТА має прагматично спрямований характер.

Прагматична спрямованість ТА відображує його практичну мету – спонукання реципієнта до звернення до первинного тексту і отримання з нього актуальної інформації. Розглядаючи лінгвістичну прагматику ТА, неможливо стверджувати про пряме спонукання читача до дії. Даний процес завжди носить складний психологічний характер. Механізм такого впливу на читача включає в себе надання йому інформації на певну тему. Продуцент, з свого боку, може вплинути лише на процес сприйняття й розуміння інформації, що досягається за допомогою мовних засобів. Практична мета ТА досягається при умові успішності комунікативного акту.

Реалізації практичної мети тексту здійснюється через категорію комунікативності. **Комунікативність** тексту визначається як його здатність забезпечити успіх комунікативної взаємодії людей. Вивчення комунікативності, яка виступає конститутивною властивістю будь-якого тексту, передбачає аналіз механізмів текстотворення, особливостей лінгвістичної організації текстів різних типів, встановлення нормативних моделей їх формування, можливості їх варіювання і припустимість тих або інших варіантів [193:65]. Комунікативність текстів-анонсів виражається у створенні ними певного комунікативного ефекту, під яким розуміється виникнення в свідомості адресата певних смислів (відбитків), які хотів повідомити йому відправник повідомлення [148:52].

Продуціювання текстів здійснюється з метою реалізації прагматичного впливу на реципієнта. У зв'язку з цим правомірно говорити про ступінь прагматичної ефективності кожного окремого тексту. Під **прагматичною ефективністю ТА** в нашому дослідженні розуміється ступінь здійснення комунікативної настанови та прагматичної мети тексту, а саме, ступінь досягнення мети тексту з інформування реципієнта та рекламування нової публікації [164:265].

Прагматична ефективність ТА і реалізація перлокутивного акту в певній мірі залежить від ступеня реалізації конwersаційних постулатів Грайса: постулатів Кількості, Якості, Відношення, Засобу [43:222-223, 210:528-529]. Постулат Кількості знаходить своє відображення в мірі інформативності ТА. Даний тип тексту характеризується настановою на надання максимальної кількості інформації про структуру та зміст нової публікації в умовах обмеженого простору. Міра інформативності ТА і умови її реалізації обмежуються психологічними рамками сприйняття інформації. Так, психологи свідчать про те, що думка може бути сформульована в стислому, скомпресованому вигляді і вона може одержати більш розгорнуте оформлення. При цьому ступінь стиснення повинна мати свою природну межу, за якою відбувається її розпад – повна відсутність смислу.

Постулат Якості, стосовно ТА, може бути сформульований як об'єктивність відбиття в ТА фактичної інформації про зміст публікації. Постулат Відношення (релевантності) формулюється П.Грайсом як вимога не відхилятися від теми

повідомлення, що в межах ТА допомагає забезпеченню максимальної інформативності тексту. Постулат Засобу визначає ясність, точність, логічність викладення інформації. Додержування постулатів П.Грайса сприяє ефективності сприйняття ТА, забезпечує результативність акту комунікації.

Комунікативна спрямованість і прагматична мета тексту виступають як текстотвірні та текстоформлюючі фактори – вони впливають на структурну і композиційну моделі ТА, на вибір мовленнєвих засобів впливу на адресата. Прагматичні правила функціонування будь-якого тексту виводяться з комунікативної настанови тексту. Саме прагматична мета тексту детермінує його комунікативний статус і диктує йому відповідні семантичні і синтагматичні правила організації [186:68].

Прагматика ТА як інформаційно-рекламного тексту, таким чином, являє собою ієрархію факторів [109:92], на вершині якої розташована інтенція відправника, яка задає комунікативну настанову тексту, далі – прагматична мета тексту, яка через інформаційну і рекламну функції реалізується в прагматичному впливі на реципієнта (рис. 1.3).

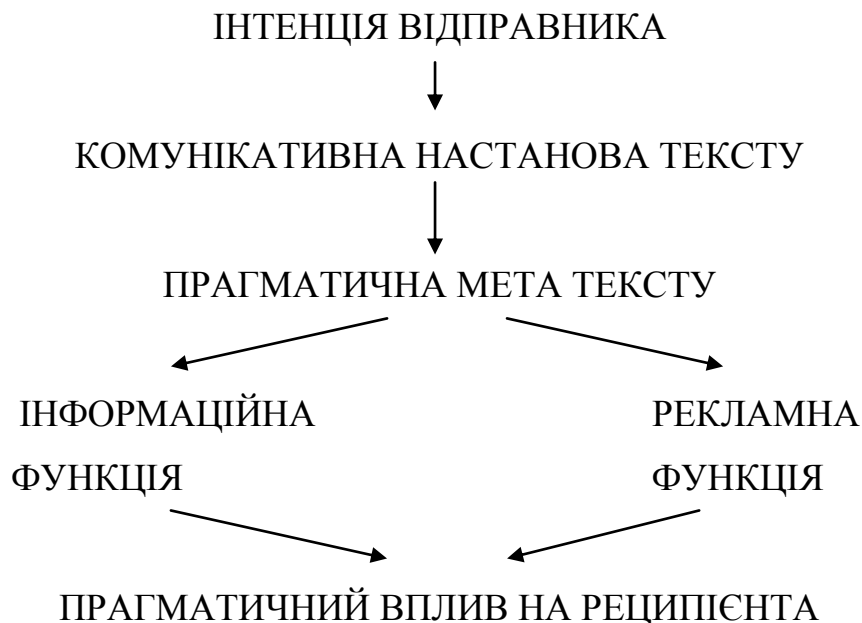


Рис 1.3. Схема реалізації прагматико-комунікативної настанови тексту-анонсу.

Під час аналізу комунікативно-прагматичної настанови ТА слід пам'ятати про практичну спрямованість даного типу текстів, їх вторинний характер, а також про екстралінгвістичні умови їх функціонування (див. додатки А, Б, В, Д, Е).

1.2. Специфічні риси тексту-анонсу як окремого типу текстів

У сучасному світі зростає значення оптимізації сприйняття і переробки інформації. Швидкий розвиток наук, постійне зростання об'єму інформації вповільнюють процес обміну науковими знаннями. Це викликає необхідність у вступному тексті, який би попереджав основний текст твору. Метою такого тексту є надання інформації про тему, завдання, призначення, можливе використання, актуальність основного твору. Подібний вступний текст не тільки сприяє адекватному розумінню основного твору, але й слугує свого роду анотацією, “візитною карткою” останнього.

Інтенсивний розвиток і розповсюдження інформаційної літератури, очевидно, пояснюється зростанням потреб в інформаційному обміні і є пов'язаним із потребами обробки та зберігання інформації. Інформаційна література у вигляді каталогів, довідників, рекламних брошур та проспектів призначена для ознайомлення потенційних клієнтів із новими товарами і послугами. Каталоги-довідники нових публікацій науково-технічних, науково-популярних і художніх видань полегшують завдання орієнтації в потоці нової літератури і сприяють ефективності обміну інформацією.

У наявній літературі з проблематики тексту існує значна кількість робіт, присвячених дослідженню лінгвістичного статусу рекламних та інформаційних / інформативних текстів. Вивченню підлягали композиційна та структурна організація тексту науково-технічної реклами [119, 120, 121, 193] і технічного інформативного тексту [117]; комунікативно-прагматичні особливості рекламних [105, 122, 172, 174] та науково-інформаційних текстів [83], концептуальна структура англомовної реклами косметики [3], особливості функціонування реклами книжок [16] та інформаційних газетних текстів [13, 170].

При цьому термін “інформаційний” вживається в тому випадку, коли нівелюється рекламна функція тексту. Частіше це стосується наукових та технічних інформаційних текстів, основною функцією яких є інформативно-інтродуктивна – надання актуальної інформації про основний текст. До даного типу текстів відносять анотації, резюме, автореферати дисертацій і т.п. [83:101].

Рекламні тексти існують у різних сферах життя. Типологія рекламних текстів визначається сферою їх функціонування й об’єктом реклами: комерційна, побутова, науково-технічна реклама. У випадку дослідження рекламних текстів на першому плані знаходиться саме їх рекламна функція. Незалежно від об’єктів і цілей рекламування, форм реалізації і пов’язаних з цим суттєвих, в основному, лексичних розбіжностей, всі рекламні тексти мають певні загальні ознаки і особливості складових частин, які обумовлені прагматичною метою всього тексту – орієнтацією читача на покупку [44:65].

За останні роки намітилась тенденція до дослідження парадигми текстів, які знаходяться на межі між рекламними та інформаційними текстами. Загальною рисою таких текстів є розподіл їх функціонального навантаження між рекламною та інформаційною функціями. У цьому руслі відбувається вивчення текстів рекламних анотацій до художніх творів [195, 196, 232], рекламних повідомлень у засобах масової комунікації [220], текстів технічної реклами й анотацій науково-експериментальних статей [121]. Проблематика інформаційно-реklamних текстів представляє як теоретичний, так і практичний інтерес у плані дослідження текстотвірних одиниць і їх ролі в підвищенні прагматичної ефективності даного типу текстів.

Наше дослідження проводиться на матеріалі англійських текстів, що презентують нові публікації в сфері науки, техніки, літератури. Тексти, що аналізуються, містять в собі риси рекламних та інформаційних текстів, а також характеристики анотацій. Даний різновид текстів ми називаємо “тексти-анонси”. Анонс в широкому смислі – це презентація інформації публічно. Оксфордський словник надає таке визначення: “announcement – a statement in spoken or written form that makes smth known publicly” [224:41].

Типологію текстів-анонсів правомірно подати на основі таких критеріїв:

- 1) тип композиційної моделі;
- 2) об'єкт реклами.

На основі першого критерію ми виділяємо:

- стислий тип ТА (функціонує в каталогах-довідниках на сторінці поруч з іншими текстами-анонсами; прагматично спрямований на реципієнта з чіткою настановою на пошук тематично обмеженої інформації – див. додатки А, Б, В);
- розгорнутий тип ТА (функціонує на рекламних листівках, плакатах, суперобкладинках, а також у каталогах-довідниках на сторінці окремо від інших текстів; спрямований на широкі кола реципієнтів з метою привернути увагу до нової публікації – див. додатки Д, Е).

У нашому дослідженні було проаналізовано 1079 ТА стислого і 576 ТА розгорнутого типу текстів-анонсів англomовних публікацій.

За об'єктом рекламування ТА розподіляються на анонси художніх творів, науково-технічних та науково-популярних публікацій. Тексти рекламних анотацій до художніх творів [195, 196, 232] у межах нашої класифікації визначаються як ТА художніх творів; анотації науково-експериментальних статей [121] ми відносимо до ТА науково-технічних публікацій. Наше дослідження проводилось на матеріалі англomовних ТА науково-технічних та науково-популярних публікацій.

У дослідженні ми розглядаємо текст-анонс як тип тексту. Під **типом тексту** розуміється клас текстів, який традиційно використовується для досягнення певних комунікативних цілей у типових умовах спілкування, що мають загальну прагматичну настанову та співвідносяться у своїх ознаках з окремим функціональним стилем [77:174, 233:53]. Відокремлення типу текстів-анонсів стає можливим завдяки існуванню стереотипної композиційної моделі та стереотипному використанню мовних засобів усіх рівнів. Індивідуальні особливості в структурі та семантиці кожного окремого ТА зумовлені фактором адресата та інформативним навантаженням тексту.

Функціональне навантаження ТА розподіляється між інформативною та рекламною функціями, що дає можливість характеризувати його як інформаційно-реklamний тип тексту. Як **реklamному тексту**, ТА притаманні такі риси:

- структурно-семантична і композиційна організація тексту спрямовані на полегшення сприйняття інформації, привернення уваги, створення інтересу, спонукання реципієнту до дії;
- наявність оцінного елемента, функція якого – створити позитивну емоційну атмосферу навколо первинного тексту;
- наявність емпатичного елемента, що спрямовано на привернення й утримання уваги реципієнта;
- наявність невербальних компонентів (ілюстрація, шрифт, колір, цифрові та літерні маркери, тощо), функціонально спрямованих на привернення й утримання уваги реципієнта.

З лінгвістичної точки зору реклама є текст – словесний твір, що використовується в практичній діяльності [3:4]. Дослідники визначають суспільний характер реклами, оскільки вона функціонує в сфері соціально орієнтованого спілкування. Основними ознаками реклами є певна організація мовного матеріалу, яка виявляє специфічність цієї форми спілкування; цільова спрямованість мовних засобів; специфічний характер ситуації спілкування, яка визначається сукупністю екстралінгвістичних і лінгвістичних умов. Характерними ознаками реклами є різного роду невербальні компоненти комунікації, а саме графічні елементи, підбір кольорів, символіка.

Але неправомірно було б характеризувати текст-анонс як “чистий” рекламний тип тексту. Якщо в рекламі функція інформування подавляється функцією впливу на аудиторію [172:73], то в ТА інформування реципієнта про нові публікації носить первинний, прагматично обумовлений характер і підкоряє функцію впливу.

Віднести ТА до **інформаційного типу текстів** можливо завдяки наявності у нього таких характеристик:

- ТА спрямовані на достовірне подання інформації про нову публікацію;

- ТА відрізняються чіткістю, стислістю, логічністю подання інформації; стереотипністю у виборі мовного матеріалу та типовістю композиційної побудови тексту;
- рекламна функція має вторинний після функції інформування характер.

Текст-анонс визначається як **анотативний текст**, про що свідчить допоміжний характер ТА, його функціональне навантаження, а також те, що зміст ТА є скомпресованим варіантом змістової структури ПТ. Однак якщо анотація розташовується в препозиції до основного тексту, то ТА має дистантне розташування і розглядається як попереджуючий, але не препозиційний, текст.

Спільною характеристикою для анотації і тексту-анонсу є їх “попереджуюча інформативність” (термін Н.Колєгаєвої) [79:79]. Ця ознака обумовлюється умовами препозиційного розташування ТА як у часовому, так і в просторовому відношенні до ПТ. Але якщо анотація може існувати як в авторській, так і в неавторській формі, то ТА є різновидом рекламного тексту, що свідчить про його неавторське походження. Продуцентом ТА є певна видавницька фірма, установа, яка не є автором первинного тексту, а займається його видавництвом.

Таким чином, **текст-анонс** ми визначаємо як прагматично обумовлену одиницю комунікації, яка являє собою завершене з точки зору смислу системне утворення і призначена сприяти орієнтуванню реципієнта в потоці інформації, а також підготовці реципієнта до сприйняття первинного тексту [164:265].

До основних характеристик ТА ми відносимо:

- максимальну інформативність;
- вторинність;
- стандартність/стереотипність викладу;
- метатекстовість;
- практичну спрямованість;
- конвенціональність/колективність;
- проспективну спрямованість;
- експліцитність викладу;
- скомпресоване подання інформації;

- позитивну оцінність;
- суб'єктивно-оцінну модальність.

Функціональне навантаження ТА здійснюється через такі функції:

1. Інформативна – надання інформації про зміст і структуру нової публікації. Включає в себе інтродуктивну функцію, під якою ми розуміємо первинну презентацію референта.
2. Рекламна – створення позитивної атмосфери навколо нової публікації, реклама книги з метою її реалізації. Включає функцію впливу на реципієнта.

Текст-анонс, який являє собою з мовної точки зору якісно новий текст, відокремлений від тексту публікації, що вводиться, має такі загальнотекстові категорії, як інформативність, інтегративність, дискретність, безперервність, імперсональність, проспективність/ретроспективність, модальність/оцінність, установка на читача, рекурентність, комунікативність.

Дослідження прагматико-комунікативних особливостей категорії повтору в ТА відбувається в тісному взаємозв'язку із виявленням характерних ознак текстів-анонсів, визначення їх функції, прагматичної спрямованості, текстотвірних і текстоформлюючих факторів.

1.2.1. Адресованість як текстотвірна та текстоформлююча категорія.

Сучасні лінгвістичні дослідження спрямовані на конкретні умови комунікації, на виявлення та опис найбільш суттєвих факторів, які визначають прагматичні, семантичні і структурні якості тексту. Дослідники тексту звертаються до вивчення комунікативного акту, його компонентів та умов реалізації. Дослідження комунікативного процесу мають антропоцентричний характер – в центрі уваги знаходиться людина з її особистою психічною організацією і характером.

Однією з конститутивних особливостей тексту, поряд із комунікативною інтенцією репродуцента, вважається категорія адресованості [35:9, 121:40, 153:93, 169:106, 192:37]. Під **адресованістю** розуміється текстова категорія, яка відбиває опрідметнену в семантиці й структурі тексту його направленість на припустимого

адресата комунікації, задає певну модель інтерпретації тексту і слугує семантичною базою текстової репрезентації [35:15].

На необхідність враховувати фактор реципієнта вказували ще античні автори. У сучасних роботах з лінгвістики тексту цьому питанню приділяється особлива увага. Так, у роботах з функціональної граматики акцентується необхідність розмежування двох взаємоспрямованих процесів – кодування і декодування мовленнєвої інформації та відповідно “граматику для того, хто говорить” і “граматику для того, хто слухає”. Лінгвісти розглядають принцип “орієнтованості мовлення на партнера” (“Partnerbezogenheit der Rede”) як універсальний. Цей принцип означає орієнтацію адресанта на певного адресата мовлення як у виборі мовного матеріалу, так і в побудові мовлення, інколи навіть у звуковому його оформленні [169:107].

У рамках прагмалінгвістичних досліджень визначається, що “врахування соціальних і психологічних параметрів адресата (в тому числі гіпотетичного) та його взаємовідношення з адресантом грають значну роль у мовленнєвих актах і визначають не тільки тональність висловлення..., але й вибір мовленнєвого акту..., прямого або непрямого способу реалізації ілюції в залежності від міжособистих відносин комунікантів” [192:37].

Різні аспекти взаємодії тексту і адресата досліджуються в межах філологічної герменевтики, літературознавства і поетики, естетики, лінгвостилістики, психолінгвістики, лінгвосеміотики, прагматики, перекладу, аналізу дискурсу. Об’єднуючим принципом для всіх дисциплін можна вважати тезис про те, що за кожним текстом стоїть мовна особистість не тільки продуцента, а й припустимого реципієнта. Це зумовлює валідність ствердження, що “всі тексти і все в тексті експліцитно або імпліцитно адресовано” [35:11].

Таким чином, створюючи текст, продуцент стикається з низкою проблем екстралінгвістичного характеру, найбільш суттєвими з яких є такі:

1. Побудова гіпотези реципієнта в аспекті його суспільного і психолінгвістичного портрету і релевантних для даного акту комунікації якостей.
2. Моделювання відносин із реципієнтом в аспекті суспільної норми і етики, психологічного стану.

3. Прогнозування реакцій реципієнта [160:169].

Текст (як імпліцитно, так і експліцитно) містить інформацію про реципієнта. Текст включає в себе звернуту систему всіх ланок комунікативного ланцюжка, і, подібно тому, як ми пізнаємо з нього позицію автора, ми можемо визначити й ідеального читача [94:58].

Чітка прагматична спрямованість текстів-анонсів дає можливість визначити їх реципієнта, особистість якого виступає як “параметризована” [8:357]. Основною ознакою адресата ТА є необхідність для нього отримання основної інформації про зміст нової публікації з мінімальною витратою часу. Лише за умов задоволення цієї комунікативної мети адресата ілюквативний акт може вважатись успішно реалізованим.

Характеристика адресата має включати такі базові елементи, як знання екстралінгвістичного і лінгвістичного плану. Знання екстралінгвістичного характеру охоплюють комплекс набутих знань і досвіду, а також систему світогляду індивіда. Лінгвістичні/мовні знання характеризують ступінь володіння індивідом засобами й способами мовленнєвої діяльності. Крім того, припустимий реципієнт повинен мати певний об’єм тезаурусу і загальних знань, необхідний для розуміння інформації в тексті. Основною вимогою до реципієнта ТА є його компетентність у певній сфері знань і зацікавленість у темі повідомлення.

Існують певні розбіжності в характеристиках адресатів різних видів ТА. ТА науково-технічної літератури спрямовані на вузькі кола спеціалістів, у той час як адресатом ТА науково-популярної і художньої літератури виступають широкі кола читачів. Це зумовлює особливість структурно-семантичної і композиційної організації ТА.

ТА науково-технічної літератури мають **конвенціональний/колективний характер**, що проявляється в їх функціонуванні в обмеженій професійній сфері [109:91], що дає можливість використання таких засобів компресії інформації як різного роду кліше, штампи, скорочення. Характерною особливістю ТА також є те, що даний мовленнєвий акт здійснюється в інтересах колективного реципієнта. Це зумовлює певну композиційну будову ТА і застосування стереотипних засобів

виразу. Належність ТА до форм масової комунікації визначає застосування таких мовних засобів, які є доступними для середнього реципієнта.

У тексті-анонсі надається перелік припустимих адресатів даного тексту (див. приклади 1-3). Чітка параметризація реципієнта свідчить про практичну спрямованість ТА.

(1) *An electronic version of the Wellesley Index will be extremely useful, and widely used by students and scholars in English, History and other fields connected to Victorian studies /RLR, 2/.*

(2) *Endangered Species is a useful resource to researchers, students and anyone interested in the environment and wildlife /NVTR, 51/.*

(3) *The objective of this international fully refereed journal is to provide applied mathematicians, engineers and scientists engaged in computer-aided design and research in computational heat transfer and fluid dynamics, whether in academic institutions or industry... /SIFE, 21/.*

Експліцитне звернення до реципієнта (за допомогою займенника *you*) надає елемент експресивності ТА, здійснюючи психологічний вплив на адресата (див. приклади 4-6).

(4) *Librarians, teachers, parents and community organizers will delight in the ideas, activities and assignments presented in new 2nd edition of Black History Month Resource Book. [...] Entries include everything you need to get your activities underway... /NVTR, 33/.*

(5) *You control the pace of your own of learning using...Ideal for beginners in the language, or those with a basic knowledge, Colloquial CD-ROMs provide everything you need to learn the language quickly and effectively.../RLR, 31/.*

(6) *Do your engineers have desktop access to the knowledge they need? The skills your civil engineers gained from the university or professional study are obsolete almost as soon as they are obtained [...] For decision makers engaged in academic research, consultancy and the construction industry, there are ten of thousands of situations which International Civil Engineering Database article archive from 1972 to date can*

prepare you for [...] Our partner, The British Library, will get the full-text articles to you /ICEA, 1/.

Експліцитне звернення до реципієнта зумовлене рекламною функцією ТА, що сприяє справі інтимізації процесу комунікації. Повторне використання займенника *you* та його дериватів слугує утриманню уваги реципієнта, реалізації прагматичної ефективності тексту.

Наявність переліку припустимих адресатів у 98% досліджуваних текстів свідчить про тенденцію до експліцитної реалізації категорії адресованості у ТА, а також про провідну позицію фактору адресату в процесі породження ТА.

На сучасному етапі розвитку рекламного бізнесу, метою якого є орієнтація на соціальні та етнічні сегменти ринку, пріоритетом у рекламному дискурсі стає пошук мовних одиниць, які створюють максимальний вплив на гіпотетичного адресата з урахуванням його національного менталітету, домінуючих ціннісних систем [19:15]. Одним із завдань нашого дослідження є проаналізувати місце категорії повтору в процесі створення впливу на адресата тексту-анонсу.

1.2.2. Інформативність як основна текстотвірна категорія тексту-анонсу.

Поруч із інтенцією продуцента ТА і фактором адресата важливе значення в процесі породження текстів-анонсів має настанова на подання достовірної інформації в умовах обмеженості часу та простору. Настанова на чітку достовірну інформацію наближає тексти-анонси до наукового типу текстів.

Дослідження міри інформативності різних типів текстів та аналіз засобів досягнення максимальної інформативності є актуальною проблемою комунікативної лінгвістики [45, 87, 113, 201, 207, 211, 223]. Актуальність даного процесу зумовлена, перш за все, самим завданням комунікативної лінгвістики – вивчення процесу комунікації. Лінгвісти визначають, що процес комунікації насамперед пов'язаний з обміном інформацією. Текст, у свою чергу, можна визначити як комунікативно-інформативну одиницю.

Термін “інформація” в лінгвістиці розглядається в двох значеннях. По-перше, під інформацією розуміється повідомлення, зафіксоване штучно створеними знаками

(або знаковими системами), доступне сприйняттю й розумінню аудиторією, на яку воно розраховано [4:11]. Поняття інформації в цьому випадку вживається як синонім повідомлення в його психологічному смислі. По-друге, під інформацією розуміється зміст повідомлення. Ми будемо дотримуватись останнього трактування.

Інформацію в межах ТА доцільно аналізувати в єдності трьох її аспектів – семантичного, синтаксичного і прагматичного [80:16-17]. Семантика ТА характеризується поданням інформації про тему, зміст і структуру нової публікації. Синтаксичний аспект інформації в ТА відзначається лінійним послідовним розгортанням і кореферентністю номінації. У результаті взаємодії семантичного і синтаксичного аспектів актуалізується прагматичний аспект інформації, що відбиває прагматико-комунікативну спрямованість ТА.

Для аналізу міри текстової інформативності важливо володіти поняттями “поверхнева/глибинна структури тексту” (у межах вертикальної моделі тексту) [49, 81, 204] та “експліцитність/імпліцитність виразу” [1, 10, 52, 99]. Під **глибинною структурою** розуміється певне семантичне або понятійне утворення, яке являє собою відправну точку для породження поверхневої структури [181:57].

Поняття глибинної і поверхневої структур тексту пов’язані з термінами “експліцитність/імпліцитність виразу”. **Імпліцитність** у широкому сенсі супроводжує психічний процес породження думки взагалі. Під час породження висловлення відбувається відбір моментів, які експлікуються, набуваючи мовну форму. Частина інформації не виражається, залишаючись імпліцитною, але вона в тому чи іншому вигляді фігурує в свідомості комунікантів, дозволяє їм робити когнітивно-тезаурусні висновки в процесі комунікації.

Імпліцитна інформація виступає як обов’язкова для тексту. Імплікація смислу також може виступати факультативною ознакою інших одиниць мови: фонем (проявляється в спроможності створювати різні експресивно-емоційно-оцінні значення в складі слів), морфем (коли вони входять до складу слова), слів, речень.

За визначенням Багдасаряна В.Х., **експліцитним** є те, що має своє власне, повне, безпосереднє словесне відбиття, імпліцитним – те, що не має такого словесного відбиття, але розуміється під експліцитним, виявляється адресатом за допомогою

експліцитного, а також контексту та інших факторів [10:5]. Імпліцитне, також як і експліцитне, має своє відбиття в поверхневій структурі тексту, але не безпосереднє.

Об'єм інформації в тексті визначається через загальнотекстову категорію інформативності. **Інформативність** трактується І.Р.Гальперінім як одна з основних конститутивних категорій тексту [40:27]. Інформативність характеризує не абсолютну кількість інформації в тексті, а лише ту смислову інформацію, яка, скоріш за все, стане надбанням реципієнта [55:85]. Оцінкою інформативності тексту слугує міра адекватності інтерпретації реципієнтом задуму, мети, основної ідеї повідомлення, комунікативної інтенції його автора.

Оперативне доведення актуальної інформації про нові публікації в сфері науки, техніки, культури до потенційного адресата – головне завдання текстів-анонсів. Як відомо, інформативність кожного конкретного тексту залежить від обсягу знань, наявних у свідомості реципієнта. Тексти-анонси покликані підготувати реципієнта до добування максимуму інформації з первинного тексту.

Інформування взагалі розглядається як тип непрямого впливу або керування в широкому сенсі. Під час інформування, з психологічної точки зору, вводяться нові значення в тезаурус реципієнта [97:11]. Інформування за допомогою ТА являє собою процес надання нових знань у межах певної теми, яка була презентована заголовком ТА. Нова інформація у межах даної теми представлена в рематичному елементі ТА.

Інформативність ТА концентрується навколо ядра запропонованої С.А.Жаботинською універсальної моделі обробки інформації людським мисленням: **[[(СТІЛЬКИ (ТАКОГО (ЩОСЬ ІСНУЮЧЕ))) ЩОСЬ РОБИТЬ] ТУТ–ЗАРАЗ]** [233:5].

На наш погляд, з когнітивної точки зору текст-анонс містить два концептуальних ядра, які характеризуються різною комунікативною спрямованістю. Перше ядро “ЩОСЬ ІСНУЄ І НАДАЄ ІНФОРМАЦІЮ” спрямоване на первинний текст і реалізує інформативну функцію. Друге ядро “ЩОСЬ БУДЕ КОРИСНИМ ДЛЯ КОГОСЬ” спрямоване на реципієнта і реалізує рекламну функцію ТА. Здійснення інформативної і рекламної функцій у сукупності призводить до прагматичної ефективності даного акту комунікації.

Концептуальну модель організації інформації в ТА можна представити таким чином:



Текст-анонс являє собою інформаційну модель первинного тексту і є спрямованим на підготовку реципієнта до його сприйняття. Презентація інформацій про первинний текст відбувається за такою моделлю:

$$\text{ТА} = \text{про що ТП} + \text{купити.}$$

Умовою реалізації прагматичної мети ТА є максимальна інформативність даного типу текстів. **Міра інформативності** тексту-анонсу розглядається нами як міра корисності даного повідомлення для реципієнта, а засоби забезпечення максимальної інформативності тексту, в свою чергу, оцінюються нами в тому ступені, в якому вони ефективні для здійснення прагматичної мети ТА.

Доцільним буде використовувати в даному дослідженні поняття інформативної значущості елементів мови. Слідом за Т.Д.Бурсак під **інформативною значущістю** елементів ми розуміємо ступінь важливості їх змісту відносно до інших одиниць мови в загальному змісті тексту [27:26]. Інформативна значущість – це не абсолютна якість одиниці, вона має відносний характер і залежить від мовленнєвої ситуації.

У зв'язку з дослідженням ступеню інформативності ТА доцільно ввести поняття “надмірність” та “перешкодостійкість” повідомлення. Одним із основних протиріч мови є наявність двох протилежних за характером тенденцій: тенденції до економії мовних засобів та тенденції до їх надмірності [57:11]. Економія та надмірність є взаємопов'язаними та взаємообумовленими категоріями: парадигматична надмірність призводить до синтагматичної економії і навпаки [96:532].

Надмірність розглядається у зв'язку з семантичним змістом повідомлення. Це явище не є чисто лексичним. Надмірність взагалі визначається як властивість ряду мовних елементів у тексті дублювати один одного, що забезпечує більшу надійність комунікації [128:75]. Як визначає Єфімов Л.П., “надмірними є не тільки дублети семантико-парадигматичної і інформативно-синтагматичної сфер мови, але й будь-які інші елементи, що не мають інформативної цінності в процесі мовлення” [57:19]. До таких елементів відносяться одиниці мови, що були використані в фатичній функції, різного роду актуалізатори експресії, контекстуально десемантизовані слова, а також формотворні елементи. Надмірність тематичної структури повідомлення є наслідком семантичного узгодження – основного закону зв'язності мови.

Ахманова О.С. характеризує надмірність як повторну (багаторазову) передачу однієї й тієї ж інформації, що здійснюється як експліцитно, так і імпліцитно [154:167]. Функціонально надмірність спрямована на забезпечення **перешкодостійкості** повідомлення, тобто на нейтралізацію перешкод на шляху реалізації інформативної функції тексту. Перешкоди інформативності ТА носять екстралінгвістичний характер: обмеженість у просторі й часі; розташування декількох ТА на одній сторінці каталогу, що заважає концентрації уваги на певній інформації; однобічний характер комунікації (продуцент ТА не має можливості контролювати процес сприйняття й розуміння інформації з боку реципієнта).

Слід відзначити, що стилістична надмірність, як цей термін розуміє О.С.Ахманова [154:167], не є характерним засобом мовленнєвого впливу в ТА англomовних публікацій. Різного роду емфатичні повтори, спрямовані на здійснення емоційного впливу на реципієнта, мають низьку інформативну значущість і їх використання в ТА не є прагматично обумовленим. Щодо семантичної надмірності, то вона ускладнює семантичну структуру повідомлення [192:125], але в ТА несе позитивне навантаження, тому що забезпечує текстову інтегративність, дублює тематичні поняття, підвищує ефективність сприйняття текстової інформації. Лексична надмірність у ТА взаємодіє з надмірністю тематичною і виконує акумулятивну, емфатичну, інтегративну функції.

Поняття інформативності тексту взагалі корелює з поняттям його цілісності і асоціюється з моделюванням змісту тексту [141:129]. Таким чином, умовами адекватного сприйняття й розуміння інформації в тексті є, перш за все, його інформативність і цілісність, що виступають як взаємопов'язані категорії.

Особливе місце в забезпеченні інформативності ТА займає категорія повтору, причому цей зв'язок здійснюється у двосторонньому напрямку: з одного боку повтори підвищують рівень адекватності інтерпретації повідомлення, з іншого – багаторазовий повтор зменшує об'єм змістовно-фактуальної інформації в тексті. У першому випадку повтор здійснює функцію забезпечення перешкодостійкості в ТА, у другому – створює семантичну надмірність у тексті. Створення семантичної надмірності в межах ТА має позитивний характер, оскільки сприяє адекватності розуміння текстової інформації. Вивчення категорії інформативності безпосередньо пов'язане із дослідженням ролі повторів, які за своєю природою мають вплив на рівень інформативності тексту.

1.2.3. Особливості реалізації категорії модальності в текстах-анонсах. Одним із завдань нашого дослідження є визначення ролі повторів у процесі реалізації рекламної функції ТА, що здійснюється через засоби представлення суб'єктивної модальності в даному типі текстів. **Модальність** взагалі трактується як функціонально-семантична категорія, що виражає різні види відношень висловлення до дійсності (об'єктивна модальність), а також різні види суб'єктивної кваліфікації повідомлення (суб'єктивна модальність) [92:303]. Визначається, що суб'єктивна модальність, на відміну від об'єктивної, виступає як факультативна ознака висловлення.

Конститутивною особливістю ТА є наявність суб'єктивної модальності, що виступає основним фактором у процесі реалізації рекламної функції даного типу текстів. Змістовну основу суб'єктивної модальності складає поняття оцінки в широкому сенсі слова, включаючи не тільки логічну кваліфікацію повідомлення, але й різні види емоційної реакції [92:303]. Суб'єктивна модальність презентує точку зору автора і реалізується не одномоментно, а через поступове накопичення таких

сигналів авторської модальності, як емоційна та оцінна лексика, афективний синтаксис, граматична, лексична, композиційна заявленість автора.

У текстах-анонсах реалізація суб'єктивної модальності має свої особливості, зумовлені, перш за все, ступенем експлікації категорії адресанта. У нашому випадку автором ТА виступає колективний адресант – видавництво. Експлікація категорії адресанта ТА не має великого прагматичного значення, тому тексти-анонси не містять такої традиційної форми представленості адресанта як система займенникових форм першої особи (*I, we*). Навпаки, всі лексико-синтаксичні структури, семантика яких спрямована від продуцента на реципієнта, виступають у ТА максимально безособовими. У ТА широко використовуються безособові форми пасивних конструкцій, в яких немає інформації про агенса дії (див. приклади 7-9).

(7) *Due weight is also given to new theoretical developments which are likely to provide the foundation for future applications /PIME, 9/.*

(8) *The Encyclopedia is alphabetically organized and fully indexed across the two volumes to allow the user to access information quickly and easily, and contains a glossary /RLR, 3/.*

(9) *This book can be highly recommended to engineers from the chemical and processing, mining and aggregates, power generation, water, food and health, dredging, and oil industries /PC 1999/2000, 34/.*

Агенсом дії в ТА виступає нова публікація: книга, енциклопедія, технічний журнал, що презентується в ТА.

(10) *This 5-vol. Set makes research on Colonial America easy. Colonial America: Almanac will provide students with the in-depth information they need to write reports and class assignments /NVTR, 93/.*

(11) *This volume studies situationally appropriate responses in professional communication in face-to-face interaction and distance communication, from a socio-cognitive point of view /S 2000, 11/.*

(12) *This prestigious volume contains contributions from leading experts and opinion formers from all over the world. The papers address the future of engineering within*

the business and social context in terms of its likely impact on transport, energy and power... /PC 1999/2000, 40/.

Те, що об'єкт презентації виступає агенсом дії, зумовлене настановою текстів-анонсів на встановлення контакту з реципієнтом в умовах існування екстралінгвістичних перешкод. Об'єкт рекламування завжди знаходиться в центрі уваги реципієнта, що підвищує чіткість подання інформації.

Важливим елементом комунікативної ситуації є особа автора ПТ, презентація інформації про якого є стереотипним засобом у ТА і використовується в 100% всіх аналізованих текстів. Надання інформації про автора/редактора ПТ у ТА спрямоване на створення позитивної атмосфери навколо тексту і виконує рекламну функцію.

Інформація про автора/редактора ПТ надається на початку тексту відразу ж після заголовку і виділяється графічно. В окремих текстах адресант ПТ згадується в основному К-блоку, що слугує засобом інтимізації процесу комунікації (див. приклади 13-15). Особистість автора ПТ слугує гарантом якості нової публікації.

(13) The highly regarded second edition of the Lexikon der Sprachwissenschaft by Hadumond Bussman has been specifically adapted by a team of over thirty specialist linguists to form the most comprehensive and up-to-date work of its kind in the English language /RLR, 32/.

*(14) **Advances in Vehicle Design***

By John Fenton

[...] Academic papers, industry reports, technical press releases, R&D information from industry all presents a wide variety of source material for those working in the automotive field.

John Fenton distils and presents the best of this research and industry practice into an easily digestible, highly illustrated, and accessible form. Drawing on the available information, the author provides a well-structured, practical and vital reference source for all automotive engineers /PC 1999/2000, 42/.

*(15) **Kant and the Problem of God***

Gordon E. Michalson

[...]

Michalson locates major themes in Kant's philosophy that are more continuous with nineteenth-century atheism than with constructive theology [...]

Finally, Michalson suggests that, in his effort to develop a theory of human freedom consistent with his Enlightenment ideals, Kant produces a philosophical vision that ultimately absorbs heaven into earth /Ph 2000, 31/.

Модальність ТА носить суб'єктивно-оцінний характер, що, в першу чергу, пов'язано з рекламним характером даного типу текстів і його практичною спрямованістю на реалізацію товару, що рекламується. Суб'єктивно-оцінна модальність ТА експлікується в лексичних одиницях позитивної зони оцінки, які в основному подаються в блоках “цитовані відгуки”, “звернення до реципієнта”, а також супроводжують тематичний повтор у ТА. У створенні суб'єктивно-оцінної модальності ТА велику роль має повторна номінація референта комунікативної ситуації засобами субституції і перифразування теми повідомлення.

1.2.4. Вторинний характер тексту-анонсу, його складові елементи. Семантико-структурні та комунікативно-прагматичні особливості ТА дозволяють визначити його як текст, **вторинний** у відношенні до основного. “Вторинним” визначається текст, який може бути пояснений за допомогою вихідного тексту або виведений з нього шляхом використання певних правил [195:20]. Вторинний текст утворюється в результаті процесу деривацій на основі первинного тексту.

До вторинних текстів різні автори відносять адаптацію, рецензію, літературний огляд, критичну статтю, переклад, анотацію, резюме, автореферат, конспект лекції та інші [60, 82, 129, 195].

З комунікативної точки зору вторинний текст містить відомості про зміст первинного тексту у вигляді результатів аналітико-синтетичного перетворення останнього. Вторинний текст не є результатом формального скорочення первинного тексту, а являє собою в мовному відношенні якісно новий текст.

Характерна для ТА змістовно-фактуальна інформація репрезентована трьома різновидами: інформацією про структуру і об'єм нової публікації, інформацією інтелективного плану (відбиває зміст публікації), оцінною інформацією. Наявність у

ТА інформації інтелективного плану, а також інформації про структуру публікації дозволяє віднести ТА до вторинних текстів.

Таким чином, тексти-анонси, що належать до жанру комерційної реклами, характеризуються специфічними рисами, серед яких основне місце займають експліцитність надання інформації, компресія інформації, специфічне композиційне членування та стандартність викладення інформації. Як інформаційно-реklamний текст ТА характеризується суб'єктивно-оцінною модальністю з елементами позитивної оцінки.

1.2.4.1. Експліцитний характер викладу, засоби його реалізації в межах текстів-анонсів. Під експліцитністю викладу розуміється логічна злагожденість і послідовність подання інформації, її економність і ємність [83:103], а також прагнення до максимальної експлікації інформації засобами всіх мовних рівнів. При перевазі експліцитного засобу подання інформації над імпліцитним процес декодування тексту значно полегшується, що зменшує перешкоди на шляху реалізації прагматичної мети тексту.

Тексти-анонси наближаються до наукових текстів у плані експліцитного характеру організації інформації; вони містять такі ознаки наукових текстів, як чіткість і лаконічність подання інформації, наявність термінологічних найменувань, мінімальне використання стилістичних засобів, наявність простих лексичних повторів ключових слів. Усі ці засоби подачі інформації спрямовані на спрощення процесу декодування тексту.

Дослідження всього наявного матеріалу свідчить про те, що продуцент ТА має настанову на переважне використання експліцитних засобів надання інформації. Семантику будь-якого тексту розглядають в єдності змістовно-фактуального компонента інформації (який прагне до максимальної експліцитності), змістовно-підтекстового та змістовно-концептуального компонентів (які прагнуть до імпліцитності) [56:138]. Тексти-анонси як інформаційно-реklamні тексти характеризуються перевагою змістовно-фактуальної інформації, що надає пріоритет експліцитним засобам виразу над імпліцитними в ТА.

Експліцитність в умовах ТА забезпечується шляхом переважного вживання експліцитних засобів подання інформації. Вживання термінологічних слів та словосполучень, що характеризуються однозначністю тлумачення, несе значне навантаження в процесі реалізації прагматичної мети ТА. Терміни мають певну інформативну значущість для потенційних реципієнтів даного типу текстів, вони експлікують тему повідомлення. Простий лексичний повтор термінів, що виступають ключовими словами, сприяє утриманню уваги реципієнтів і кращому розумінню ТА. Прості лексичні повтори також виступають експліцитними засобами забезпечення інтегративності ТА.

Уникнення синонімічних та метафоричних найменувань референта характерно для ТА і здійснюється з метою експлікації інформації (див. приклади 86, 89, 92-96). Перифразування, що має місце в ТА, несе характер пояснення і імплікує інформацію, доступну для швидкого декодування (див. приклади 131-133, 191-193). Засобом експлікації інформації слугує, крім того, характерне для ТА графічне виділення одиниць з великою інформативною значущістю, до яких, перш за все, ми відносимо заголовки ТА, цитовані відгуки та перелік тем нової публікації (див. додатки А, Б, В, Д, Е).

Експліцитний характер викладу інформації в ТА забезпечує перешкодостійкість повідомлення й зумовлений прагматичною настановою досліджуваного типу текстів на спонукання реципієнта до звернення до ПТ.

1.2.4.2. Компресія як засіб підвищення інформативності текстів-анонсів.

Компресія інформації є результатом економії мовних засобів, досягається за рахунок мовних засобів усіх рівнів, у тому числі й категорії повтору. У науковому стилі виділяють тенденції до якісної і кількісної економії мовних засобів [180:211]. Такий підхід також справедливий у відношенні до ТА, де кількісна економія досягається шляхом використання скорочень, аббревіатур, різного роду синтаксичних стягнень.

Якісна економія має місце в тому випадку, коли відправник мовлення вже затратив розумові зусилля на селекцію мовного матеріалу і його організацію й

полегшив тим самим його сприйняття одержувачем [180:243]. Якісна економія ТА буде тим вище, чим більше продуцент буде дотримуватись типової композиції тексту і стереотипних засобів надання інформації.

Компресія визначається також як “конденсація” інформації. Максимальна конденсація інформації в текстах наукової прози досягається за допомогою стислості синтаксичного вираження та вживання лексики термінологічного характеру, якій притаманна однозначність [141:43].

Це справедливо також у відношенні до текстів-анонсів. На лексичному рівні ТА компресія досягається за рахунок частотного використання термінологічних і номенклатурних слів (див. приклад 16), різного роду аббревіатур (див. приклади 17, 18).

(16) CONTENTS ICLUDE: introduction; Pipe joint selection; Metallic flanged joints with gaskets; Gaskets; Flanged joints without gaskets; Malleable iron pipe fittings (screwed fittings); Welded metallic joints; Plastic piping; Joints in glass piping; Joints in lined metallic piping; Reliability /PC 1999/2000, 27/.

(17) Cross-referencing is available for over 30 product applications, as well as CAS, EINECS and ELINCS Numbers. Ionic and HLB Classification cross-references are included.../CH, 2/.

(18) Contents: OHIM decisions and oppositions. OHIM Appeal Board decisions. Applications to cancel. CFI and ECJ decisions. Decisions of Member States' CTM courts. Relevant domestic trade mark decisions from Member States. OHIM notices /IPR, 1/.

Використання таких засобів компресії інформації як терміни, спеціальні скорочення та аббревіатура без їх тлумачення та розшифровки стає можливим завдяки тому, що реципієнти ТА володіють тематичним тезаурусом та мають спільний об'єм знань, що дає їм можливість доповнити недостатній (скомпресований) блок інформації.

На морфологічному рівні компресія реалізується через переважне використання іменників – так званий номінативний стиль викладу [119:250]. Це дозволяє подати меншою кількістю мовних засобів більше інформації. У результаті статистичного

аналізу текстів з різних каталогів, стало можливим визначити співвідношення різних частин мови в ТА.

Таблиця 1.1

Співвідношення частин мови в ТА

Частина мови	Середнє процентне співвідношення
Іменники	28%
Дієслова та дієслівні форми	12%
Прикметники	21%
Займенники	6%
Прийменники	8%
Артиклі	9%
Сполучники	8%
Інші частини мови	8%

Результати статистичного аналізу, розміщені в табл. 1.1, свідчать про перевагу номінативного стилю викладу в ТА. Таким чином, повтор морфологічного значення забезпечує компресію інформації в рамках ТА.

На синтаксичному рівні компресія відбувається через заміну синтаксичних конструкцій більш стислими за формою функціональними синонімами. Частотним явищем у парадигмі ТА є вживання простих (див. приклади 19-21) та складносурядних/складнопідрядних (див. приклади 22-24) речень з дієприкметниковими/дієприслівниковими зворотами. Цей спосіб компресії характеризується як “обважнення синтаксичної конструкції” і вважається типовим для інформаційних газетних повідомлень [170:68]. У ТА даний засіб компресії сприяє логічності подання інформації, її економності.

(19) *Following the vital statistics in each entry is a thoughtful essay discussing profiled person’s motivations, ambitions and accomplishments /NVTR, 21/.*

(20) *It presents current developments concerning the process technologies which will meet the specifications of the next generation of component requirements from end-users /PC 1999/2000, 7/.*

(21) *With over 1,100 entries, written by an international group of over 150 contributors, the Encyclopedia of Contemporary German Culture brings together myriad strands of social, political, and cultural life in the post-1945 German-speaking world /RLR, 30/.*

(22) *Divided into two parts, Part One provides comprehensive coverage of the theory of thermal analysis, including measuring conditions and mathematical treatment, while Part Two presents thermal analysis data /ACU, 1/.*

(23) *I was particularly impressed by the interface design, which is clear and easy to use, without overly intrusive sound and video, which can be all too common in multimedia teaching materials /RLR, 31/.*

(24) *Nearly all measurements involve humans; even when their function has apparently been replaced by a computer or robot, the human is involved in the selection of the measurement technique employed and in the interpretation of the results /PC 1999/2000, 11/.*

Замість повних паралельних конструкцій вживається перелік (див. приклади 25-27), що слугує меті впорядкування подання інформації. Частотне вживання констатуючих повідомлень і переліку зумовлюється також тим, що інформація подається не в динаміці, а в статиці.

(25) *COMPLETE CONTENTS: Comparative design; Performance and combustion; Mechanical performance and noise reduction; Cooling system design; CAD for gasoline engines; Appendix /PC 1999/2000, 39/.*

(26) *This encyclopedia features women from all walks of life, including: rulers, royalty, politicians, soldiers, heroines, pacifists, resistance fighters, financiers, entrepreneurs, philanthropists, investors, authors and more /NVTR, 37/.*

(27) *The articles approach writing in nonstandard language through various disciplines and methodologies: sociolinguistics, pragmatics, historical linguistics, dialectology, corpus linguistics, and ideological and political points of view [...] Dialects, regional varieties and worldwide Englishes are also addressed /S 2000, 12/.*

Компресія інформації охоплює фоно-морфологічний і лексико-синтаксичний мовні рівні й у ТА включає частотне використання термінів, номенклатурних слів,

абревіатури; перевагу номінативного стилю викладу інформації; переважне використання “стислих” синтаксичних структур. Результатом компресії є висока інформативність ТА. Компресія інформації виступає необхідною умовою породження ТА як вторинного тексту і сприяє здійсненню конститутивної настанови ТА – передати зміст ПТ в умовах економії часу та простору.

1.2.4.3. Стереотипність у виборі мовних засобів як умова функціонування текстів-анонсів. ТА наближаються до науково-рекламного типу текстів у такій характеристиці, як **стандартність викладу інформації**. Стандартність ТА об’єктивується композицією тексту, стандартними заходами узагальнення і економії мовних засобів [83:108]. Н.М.Разінкіна стандартність викладу визначає як “стереотипність” і вказує, що поняття стереотипності у селекції мовного матеріалу розповсюджується в науковій прозі на широкий круг явищ: від морфем, лексичних одиниць, характерних синтаксичних конструкцій до певних моделей (схем) утворення надфразних єдностей, побудови абзаців і загальної композиційної впорядкованості текстів [133:34].

Використання стереотипних засобів на одному мовному рівні призводить до явища **стереотипізації** на іншому рівні. Для розкриття цього феномену може бути використане поняття ізоморфізму. Як ізоморфні сутності виступають, наприклад, синтаксичний і морфологічний повтори в рядах переліку, морфемний повтор і повтор словотвірної моделі, лексичний і морфологічний повтори. У ТА стереотипне вживання лексичних одиниць призводить до стереотипізації синтаксичної структури речень.

Явище стереотипізації тісно пов’язане з явищем компресії інформації в ТА. Компресія інформації відбувається як в межах одного тексту, так і в парадигмі текстів каталогу публікацій. Останній вид компресії здійснюється засобами стереотипного використання лексико-синтаксичного наповнення ТА. Експліцитний характер подання інформації в ТА призводить до повторного позначення понять за допомогою кліше [86:60].

Аналіз наявного матеріалу свідчить про чисельність текстів з тотожними лексичним наповненням і синтаксичною структурою, при чому це характерно для текстів з різних каталогів (див. приклади 28-31).

(28) *This two-volume handbook provides all relevant up-to-date information on important bioseparation and bioprocessing techniques that are actively applied in the biotechnology industries /ACU, 1/.*

(29) *This new volume provides informative profiles of more than 200 Hispanic American women who have achieved national or international prominence in all fields of endeavor /NVTR, 35/.*

(30) *This text provides a general introduction to the Celtic languages /EL&L, 14/.*

(31) *This book provides a good overview of philosophical and cognitive approaches to language use and meaning /S 2000, 10/.*

Стандартний набір лексем і переважне використання певних структурних типів речень полегшує й прискорює процес сприйняття інформації, оскільки дозволяє не затримувати увагу на лексемах з низькою інформативною значущістю. Стереотипізація й повтор моделі ТА забезпечують оптимальні умови для сприйняття великого об'єму інформації. Стандартність/стереотипність викладу на різних рівнях тексту забезпечує адекватне осмислення інформації, виступає комунікативним і прагматичним засобом ефективного використання ТА.

1.2.4.4. Метатекстовість і проспективна спрямованість текстів-анонсів.

Вторинний характер ТА зумовлює такі його якості, як метатекстовість та проспективна спрямованість. **Метатекстовість** – це “фундаментальна прагматична якість” вторинних текстів [124:93]. Метатекстовість ТА реалізується в його співвідношенні не тільки з адресантом, адресатом і позамовною ситуацією, але й з первинним текстом. Ці особливості вторинних текстів зумовлюють триаду їх прагматичного аналізу, а саме: по відношенню до: а) адресанта, б) адресата, в) відповідного первинного тексту. Метатекстовий характер ТА знаходить своє відбиття у визначенні тексту-анонсу як “знаку” первинного тексту.

Проспективна спрямованість [42:47] ТА виявляється у його релевантності до первинного тексту, оскільки ТА вводить новий текст, тим самим направляє сприйняття реципієнта вперед. Як проспективно спрямований метатекст ТА характеризується такими якостями:

- 1) ТА здатний містити в собі риси функціонального стилю мови первинного твору;
- 2) ТА характеризується прагматичною настановою на подання інформації про первинний текст;
- 3) ТА має значну міру автосемантиї у відношенні до первинного твору.

Текст-анонс, не пориваючи із первинним текстом, виступає як автосемантичне утворення, як самостійний з мовної і функціональної точки зору текст. Метатекстовість і проспективна спрямованість є загальними рисами тексту-анонсу як тексту, вторинного у відношенні до тексту нової публікації.

1.2.4.5. Позитивна оцінність як аксіологічна характеристика тексту-анонсу.

Дослідники **категорії оцінки** [5, 30, 33, 47, 74, 75, 95, 132, 134, 142, 149] визначають її валідність у реалізації комунікативних завдань мовця та прагматичної настанови тексту. **Оцінка** визначається як особлива мовна категорія з яскраво вираженим семантико-прагматичним характером [5:26], що базується на перевищенні міри достатньої кількості [142:47].

Поняття оцінки пов'язується з поняттям інтенсивності, під якою розуміють всі розбіжності, що можна звести до категорії кількості, сили, цінності та величини [11:208]. Як визначає Ш.Балі, оцінка є однією з формальних розумових категорій, що постійно прагне диференціювати експресивні факти у двох напрямках: задоволення чи незадоволення, прийняття чи неприйняття у відношенні до мого "я" [11: 288].

У зв'язку з цим визначається антропометричний характер оцінки, під чим розуміється здатність оцінки вказувати на відповідність чи невідповідність стану справ у світі інтересам людини [5:33]. Дійсно, адресатом і адресантом, а іноді також і об'єктом оцінки, є людина з її системою цінностей. Дії людини як адресанта оцінки

спрямовані на надання характеристики об'єкту оцінки, вираження свого ставлення щодо об'єкту оцінки, здійснення певного емоційного та прагматичного впливу на адресата.

Дослідники категорії оцінки вказують на те, що мовна актуалізація оцінки здійснюється засобами усіх мовних рівнів. Оцінка виражається, в першу чергу, експлікованими лексичними засобами, але можливе також її контекстуальне вираження [142:43].

У нашому дослідженні ми дотримуємось трактування оцінки “як когнітивного феномену, що виконує функцію емоційного спрямування мовленнєвої та немовленнєвої поведінки комунікантів” [142:47]. У цьому зв'язку актуальним є вивчення ролі повторів у процесі реалізації позитивної оцінності ТА, що в свою чергу веде до здійснення настанови на рекламування в досліджуваних текстах.

Тексти-анонси як інформаційно-реklamний тип текстів характеризуються експлікацією оцінного компонента, що дозволяється нормами рекламного жанру. Експлікація оцінки є важливим засобом впливу на реципієнта ТА, засобом здійснення переконання й спонукання. Характерною рисою текстів-анонсів є те, що реалізація їх аксіологічного компонента спрямована на первинний текст, який і виступає об'єктом оцінки.

1.2.5. Композиційна модель тексту-анонсу як експлікація категорії стереотипності. Дослідження композиційної організації ТА сприяє вивченню процесу передачі й отримання інформації в його прагматичній спрямованості, що являє собою одне з актуальних завдань лінгвістики тексту на сучасному етапі.

Під **композиційною моделлю тексту** розуміється певна функціональна система – послідовність компонентів, поданих комунікативними блоками, які відрізняються своїми функціями як один до одного, так і стосовно всього тексту [42:50].

Текст-анонс має прагматично обумовлену композиційну організацію. З одного боку, композиційна організація ТА визначається низкою прагматичних завдань тексту, з іншого – екстралінгвістичними умовами функціонування [159:51]. До екстралінгвістичних умов функціонування ми відносимо, перш за все, спосіб

публікації: а) у каталозі поруч із іншими ТА (див. додатки А, Б, В), б) у вигляді рекламної листівки (див. додатки Д, Е). Ці розбіжності зумовлюють існування двох структурних типів ТА: відповідно стислого і розгорнутого ТА.

Прагнення до компресії інформацій, до експліцитності викладу обумовлює специфічне композиційне членування ТА. Слід відзначити стереотипність композиційної моделі ТА, що слугує кращому сприйняттю інформації за обмежений проміжок часу. Для реципієнта, обізнаного із композиційною моделлю ТА, для розуміння чергового тексту достатньо визначити його тему.

За основу в дослідженні композиційної організації ТА ми беремо нейтральну модель тексту, яка була запропонована О.М.Мороховським: ІТ + ІКБ + ОКБ₁ + ОКБ₂ + ... + ОКБ_n + ЗКБ, де ІТ – індикатор тексту, ІКБ – ініціальний комунікативний блок, ОКБ – основний комунікативний блок, ЗКБ – заключний комунікативний блок, де ІКБ репрезентований інтродуктивним К-блоком, а ЗКБ – інферативним [171:208]. Композиція ТА розглядається нами як послідовне розміщення комунікативних блоків за визначеною схемою, яка найбільш відповідає реалізації прагматичної настанови тексту. Позиція комунікативних блоків може змінюватись залежно від інтенції продуцента.

Аналіз ряду текстів-анонсів дає можливість стверджувати, що у виборі композиційної моделі кожного тексту діє правило стереотипізації: різні типи ТА будуються за подібними моделями. При цьому розбіжності між моделями не можуть бути значними, оскільки суттєві зміни в композиційно-смісловій організації тексту ведуть до зміни всього типу тексту, його жанрової своєрідності, тому що композиція є каркасом, на якому тримається текст [42:49].

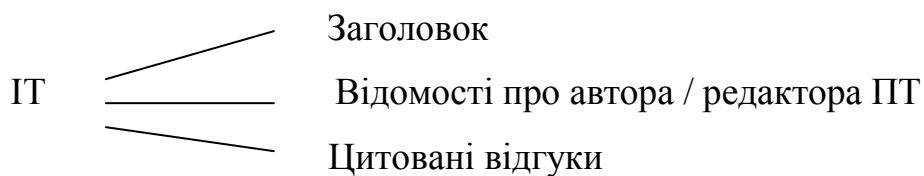
Стереотипна будова ТА зумовлюється двома факторами – фактором адресанта і фактором адресата. Адресант/продуцент ТА, у ролі якого виступає певна установа (видавництво, яке складає каталоги про свої публікації), керується правилами, що існують у сфері реклами. Незважаючи на різноманітність інформації, яка надається різними видавництвами, композиційна модель ТА в різних каталогах залишається незмінною. Композиція даного типу текстів кодифікована і регламентується низкою

правил, які визначають тему, порядок викладу, структуру і підбір мовних засобів. Все це підпорядковано основній прагматичній меті ТА.

Порядок слідування й кількість комунікативних блоків можуть змінюватись через просторовий дефіцит, але основною вимогою до композиційної побудови ТА є спроможність задовольнити комунікативну настанову реципієнта тексту – отримати основну інформацію про нову публікацію. Адресант ТА прагне організувати інформацію в тексті таким чином, щоб поліпшити процес сприйняття й розуміння її адресатом.

Композиційна структура ТА відбиває **жанровий принцип** їх побудови, який ґрунтується на єдності форми текстів та їх змісту, і якісно відрізняє їх від інших жанрових різновидів [193:66].

Аналіз текстів-анонсів свідчить про наявність у них композиційної моделі з такими структурними блоками:



ІКБ

ОКБ

ЗКБ,

де ІТ – індикатор тексту, ІКБ – інтродуктивний К-блок, ОКБ – основний К-блок, ЗКБ – заключний К-блок.

Поліфункціональність ТА, поетапність реалізації його комунікативної мети зумовлюють стійке й закономірне проходження ланок, які утворюють структуру ТА. Відношення, в які вступають компоненти моделі тексту, являють собою логічну структуру даного жанру. Відображаючи постійний характер змісту ТА, логічна структура виступає в якості тієї сили, що обумовлює однакоvu внутрішню організованість даних текстів [193:73]. Саме ця логічна структура об'єднує всі існуючі ТА в єдиний жанр.

Композиційні моделі стислого і розгорнутого структурних типів ТА характеризуються стереотипністю будови і містять незначні розбіжності, що ще раз

підтверджує функціонально-прагматичний характер композиційної організації досліджуваних текстів. Розгорнутому типу ТА притаманний більший за обсягом основний КБ, який поділено на параграфи з графічно виділеними заголовками. Однак лексико-синтаксичне наповнення структурних типів ТА має свої прагматично зумовлені особливості, які розглядаються нижче (див. розділи 2, 3).

Першою структурно-семантичною ланкою ТА є **заголовок**, який виступає індикатором тексту, його верхньою межею. У всіх без винятку випадках заголовки ТА подає назву нової публікації (первинного тексту). Заголовок ТА являє собою експліцитне надання теми повідомлення, його макропропозиції [49:56], і несе на собі значне інформативне навантаження.

Займаючи сильну позицію тексту, заголовок функціонально спрямований на висунення ключових/тематичних лексем повідомлення, шляхом чого досягається привернення додаткової уваги до теми тексту. Акцентування теми повідомлення засобами графічного виділення заголовку (за допомогою жирного та збільшеного шрифту) є чинником психологічного впливу на читача і виступає важливим фактором в умовах досліджуваного нами комунікативного акту. За допомогою заголовку продуцент ТА прагне змінити увагу реципієнта з поверхневої на глибоку й концентровану [221:35].

Заголовок виконує текстотвірну роль, оскільки виступає в якості “центру ваги” тексту і утримує наступні структурно-семантичні ланки у статусі підлеглих [193:68]. Характерною рисою ТА є те, що семантичний зв’язок між заголовком та змістом тексту є очевидним, експліцитно наданим (на відміну від художніх текстів, де зв’язок інколи важко встановити без залучення контексту) [227:53].

Основною текстотвірною потенцією заголовку є його **проспективна функція**. Заголовок спрямовує основний текст на розвиток теми й виступає в якості сильного психологічного чинника, який впливає на читача. Заголовок виконує, крім того, інформативно-інтродуктивну функцію – інформує реципієнта про нову публікацію.

Експліцитне подання теми повідомлення в сильній позиції тексту виконує функцію привернення уваги до самого повідомлення. Часовий дефіцит у реципієнта обумовлює неможливість прочитати кожен окремий текст з каталогу публікацій,

тому він оцінює зміст текстів, що попадають в його поле зору, на основі їх заголовку. Заголовок ТА містить ключові слова і виступає як метамодель первинного тексту. Як засвідчують деякі дослідники, заголовок характеризується макротематичною функцією у відношенні до тексту, оскільки організує процес сприйняття текстової інформації [222:47, 226:169].

Обсяг **відомостей про автора / редактора ПТ** варіюється від 2 до 100 слів і визначається структурним типом ТА. Надання детальної інформації про редактора в ТА (див. приклад 32) слугує меті психологічного впливу на реципієнта шляхом створення позитивної атмосфери навколо публікації: реципієнт отримує інформацію про компетентність редактора у відповідній сфері діяльності, а це слугує своєрідним гарантом якості нової публікації.

(32) Editor

Dr John Lau

President, Express Packaging Systems, Inc. California, USA

Dr Lau's research and development activities cover a broad range of electronics packaging and manufacturing technology. He has more than 26 years' research and development experience in the electronic, petroleum, nuclear and defense industries and has co-authored over 100 technical publications and edited nine books. Dr Lau received a PhD degree in theoretical and applied mechanics from the University of Illinois, USA, as well as three other MS degrees and a BS degree. Dr Lau is supported by an international Editorial Advisory Board, Internet editor and book review editor /SIFE, 12/.

Розгорнута презентація інформації про автора/редактора не є типовим засобом у ТА. Цей засіб використовується лише в межах одного каталогу, що в процентному співвідношенні складає 0,01% від загальної кількості досліджених текстів.

Вимога до компресії інформації в межах стислого структурного типу ТА обумовлює стислість відомостей про автора / редактора, які обмежуються назвою прізвища і місця роботи, а іноді – тільки прізвища (див. приклади 33-36).

(33) *Edited by Robert Bud, Head of Research (Collections), The Science Museum, London, and Deborah Warner, Curator, Physical Sciences Collections, National Museum of American History, Smithsonian Institution, Washington D.C. /NVTR, 33/.*

(34) *General Editor: Edward Craig, Churchill College, Cambridge, UK /RLR, 2/.*

(35) *Edited by H.Rahnejat and R.Whalley /PC 1999/2000, 23/.*

(36) *By H.Rahnejat /PC 1999/2000, 13/.*

Відомості про автора/редактора, як структурний компонент ТА, слугують реалізації рекламної функції досліджуваного типу текстів.

Наступний КБ – цитовані **відгуки** письменників/журналістів провідних видавництв про твір, який анонсується даним текстом. Цей блок існує в текстах, які анонсують повторне видання публікації. Метою надання інформації такого типу є прагнення створити позитивну психологічно-емоційну атмосферу в момент акту комунікації, що сприяє здійсненню рекламної функції ТА. Відгук може бути зміщений у кінець тексту – тоді він слугує заключним блоком ТА і виконує акумулятивну функцію.

Цитовані відгуки є стереотипним засобом привернення уваги реципієнта в ТА – вони використовуються в 18,2% усіх ТА, що були проаналізовані (причому процентне співвідношення відгуків різниться від типу каталогу: у каталогах популярних видань наявність відгуків складає від 18 до 48,7%, у каталогах науково-технічних видань – від 0,006 до 7%).

У результаті дослідження парадигми ТА було зроблено висновок про те, що в ТА науково-технічної літератури частота появи відгуків значно нижча, цитовані відгуки мають пояснювальний характер і містять менше оцінної лексики. Це пояснюється близькістю стилю ТА науково-технічної літератури до стилю наукових текстів з їх лаконічністю, чіткістю надання інформації. Нові публікації в науково-технічній сфері спрямовані на вузькі кола фахівців і не потребують рекламування шляхом привернення уваги реципієнтів.

Основний текст ТА складається з 1-7 абзаців. Кількість абзаців залежить від екстралінгвістичної ситуації функціонування ТА: якщо текст розміщується в

каталозі, дефіцит простору зумовлює обмеження кількості абзаців (не більше трьох). Розгорнутий тип ТА має від трьох до семи абзаців основного тексту.

Інтродуктивний блок складається з 1 – 3 речень. Інтродуктивному КБ у ТА притаманні повне повторення заголовка і наявність оцінної лексики (див приклади 37-39).

(37) ***The Theme-Topic Interface***

The Theme-Topic Interface (TTI) gives a useful catalogue of approaches to the concept Theme in the analysis of Natural Language /S 2000, 13/.

(38) ***Statistical Record of Children***

For an unbiased look at the status of children today, turn to this authoritative resource. Statistical Record of Children provides concrete statistics on a diverse range of topics focusing on children /NVTR, 49/.

(39) ***Journal of Engineering in Medicine (Part H)***

The Journal of Engineering in Medicine is an interdisciplinary Journal whose scope encompasses all aspects of engineering in medicine. Its aim is to record developments and encourage further work on the field throughout the world /PC 1999/2000, 59/.

Головне завдання інтродуктивного КБ – привернути увагу реципієнта до твору. КБ здійснює психологічний вплив на читача завдяки насиченості емоційно-експресивними прикметниками і повтору теми повідомлення.

В інтродуктивному блоці може бути використане як пряме (у формі займенника 2-ї особи однини – див. приклад 40), так і непряме звернення до реципієнта (через перелік припустимих реципієнтів даного тексту – див. приклад 41).

(40) *Now in its fifth year under the expert Editorship of Barrister, Richard Arnold, **Entertainment and Media Law Reports** is the first course you should consult for recent and current developments in case law /IPR, 1/.*

(41) *It will be of great interest and value to project engineers, tunnel operators, equipment manufacturers, and constructors involved in the design, development, and operation of vehicle tunnels /PC 1999/2000, 15/.*

У деяких ТА розгорнутого структурного типу інформація про реципієнта надається у вигляді окремого блоку (див. приклад 42).

(42) Who Should Subscribe

Essential reading for researchers in academia and commercial research centers, lecturers and students concerned with robotics, and academic and corporate libraries supporting the above.

Also engineers and managers in a wide range of user industries such as automotive, energy industries, mechanical, electrical and electronic engineering, military and defence and medical and service sectors /AMT, 3/.

Подальше утримання уваги досягається в межах ІКБ шляхом подачі стислої, найбільш актуальної інформації про публікацію. Екстралінгвістичні умови функціонування тексту-анонсу визначають максимальну інформативність ІКБ, оскільки реципієнт, переглядаючи каталог, прагне знайти інформацію з конкретної теми. Орієнтування на комунікативну настанову реципієнта зумовлює прагнення забезпечити максимальну інформативність ІКБ з боку продуцента.

У деяких ТА ІКБ має нетипову структурно-семантичну організацію: у першому реченні відсутні повний повтор заголовка, звернення до читача (див. приклади 43-45). Продуцент поступово підводить читача до теми тексту, надаючи загальну інформацію з проблеми. У такому випадку інтродуктивний блок складається з 2 – 4 речень:

*(43) Systems and control studies provide a unifying framework for a wide range of engineering disciplines and industrial applications. The **Journal of Systems and Control Engineering** reflects .../PIME, 9/.*

(44) Advances in technology have created exciting new opportunities for the oil and gas industry to use downhole production and subsea processing to maximize well efficiency. At the same time, the industry faces increased pressure to reduce costs against a background of squeezed margins, limited resources, R & D budget cuts and new environmental concerns [...]

***Downhole Production and Subsea Processing** presents .../PC 1999/2000, 37/.*

(45) Dictionaries are among the most frequently consulted books, yet we know remarkably little about them. Who makes them? Where do they come from? What do they offer? How can we evaluate them? /RLR, 33/.

Основною прагматичною настановою такого інтродуктивного блоку є введення реципієнта в круг проблем нової публікації, чим пояснюється актуальність її появи і необхідність звернення до неї.

Основний комунікативний блок розширює, конкретизує інформацію, яка була надана в ІКБ. Він містить інформацію про структуру публікації, перелік тем, а також, у деяких випадках, визначає можливості застосування інформації, отриманої з даної публікації. Організація мовних засобів в ОКБ, його обсяг і структура підпорядковані прагматичній настанові ТА. Якщо блок “цитовані відгуки” в ТА спрямований на реалізацію рекламної функції тексту, то семантичне наповнення та організація матеріалу в інтродуктивному та основному К-блоках допомагають реалізації інформативної функції текстів-анонсів.

Функцією **заключного комунікативного блоку** будь-якого тексту є підведення підсумків, надання висновків до всього тексту. У такому вигляді ЗКБ у текстах-анонсах часто відсутній. Це пояснюється прагненням до стислості інформації в ТА, що дозволяє випустити висновки. Зазвичай в останньому абзаці основного тексту ТА подається зміст нової публікації або перелік основних глав/розділів. Метою оформлення заклучного КБ є здійснення рекламної функції: повторне надання позитивно забарвленої інформації про ПТ, впевнення адресата у важливості для нього отримання інформації з нової публікації.

У кінці (іноді на початку) ТА наводиться інформація про номер, індекс, дату видання, кількість томів, формат і ціну. Наявність інформації такого типу ще раз свідчить про практичну спрямованість ТА, його конкретну адресованість і функціональну настанову на рекламу товару.

Таким чином, композиційна модель ТА являє собою певну функціональну систему – послідовність компонентів, які є репрезентованими комунікативними блоками, що розрізняються своїми функціями як один до одного, так і стосовно всього тексту. Стереотипність композиції ТА підвищує інформативність тексту і забезпечує адекватне сприйняття інформації; вся композиційна будова тексту-анонсу характеризується прагматичною спрямованістю на спонукання реципієнта до звернення до нової публікації.

Висновки до першого розділу

1. Мовленнєва сфера діяльності є складовим елементом не тільки системи мови, але й системи соціальної взаємодії людей в цілому. Системний підхід до вивчення мовних явищ є найбільш доцільним у сучасній прагмалінгвістиці, яка спрямована на виявлення закономірностей вибору мовних засобів у залежності від мети комунікації і її позамовного середовища. Системний підхід до вивчення проблематики тексту зумовлює актуалізацію питань, пов'язаних з екстралінгвістичними факторами функціонування тексту, серед яких основне місце посідають комунікативно-прагматичні настанови адресанта і адресата.

Текст-анонс трактується як системне утворення. Системність ТА проявляється в його функціонуванні як елементу комунікативної взаємодії людей, з одного боку, та в його існуванні як завершеної з точки зору смислу системи з комплексом складових елементів, з іншого.

2. Процеси породження, сприйняття та розуміння ТА як інформаційно-рекламного типу текстів зумовлені низкою факторів, серед яких основне місце посідають:

- прагнення адресанта ТА до досягнення практичної мети – реалізації товару, що рекламується;
- відсутність можливості коректування процесу впливу на адресата;
- необхідність враховувати екстралінгвістичні умови функціонування тексту.

Основою ефективності сприйняття ТА є детальний аналіз гіпотетичного реципієнта, створення мотиваційної бази, використання таких вербальних і невербальних засобів, які б здійснювали ефективний вплив на реципієнта.

3. Текст-анонс, як і будь-який тип тексту, є серединним елементом у процесі взаємодії продуцента і реципієнта, у результаті якої здійснюються прагматичні настанови обох учасників комунікації. Комунікативні особливості ТА як типу текстів зумовлені моделлю аналітико-синтетичного перетворення первинного тексту. У рамках ТА прагматична настанова продуцента спрямована на спонукання реципієнта до звернення до нової публікації, що здійснюється засобами надання

достовірної інформації про нову публікацію та рекламуванням нової публікації. Прагматичною метою реципієнта ТА є отримання нової достовірної інформації на тему, що його цікавить. Успішна реалізація настанов обох учасників комунікативного акту свідчить про ефективність тексту-анонсу.

4. Функціональна спрямованість тексту-анонсу й набір його онтологічних характеристик дозволяють визначити даний тип тексту як прагматично обумовлену одиницю комунікації, яка являє собою завершене з точки зору смислу системне утворення і призначена сприяти орієнтуванню реципієнта в потоці інформації і підготовці його до сприйняття первинного тексту.

Основні характеристики ТА включають максимальну інформативність, стандартність/стереотипність викладу, метатекстовість, вторинність, експліцитність, компресію інформації, проспективну спрямованість, практичну спрямованість, конвенціональність, позитивну оцінність. Прагматична мета ТА здійснюється в процесі реалізації його основних функцій: інформативної і рекламної.

5. Текст-анонс має прагматично обумовлену композиційну організацію. Прагнення до компресії інформацій та до експліцитності викладу зумовлюють специфічне композиційне членування ТА, стереотипне у парадигмі текстів-анонсів. Стереотипність композиційної організації ТА полегшує сприйняття й розуміння текстів, слугує засобом забезпечення ефективної комунікації. Композиційна структура ТА відбиває жанровий принцип їх побудови, який ґрунтується на єдності форми текстів і їх змісту, і якісно відрізняє їх від інших жанрових різновидів.

РОЗДІЛ 2

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КАТЕГОРІЇ ПОВТОРУ В ТЕКСТАХ-АНОНСАХ АНГЛОМОВНИХ ПУБЛІКАЦІЙ.

Дослідження засобів мовленнєвого впливу в текстах із чітко визначеною авторською інтенцією й практичною спрямованістю є актуальним у межах прагматичних досліджень тексту. У зв'язку з цим аналіз структурно-семантичних особливостей повторів у ТА англomовних публікацій покликаний сприяти розкриттю процесів текстотворення та текстосприйняття в цілому.

У наступному розділі дисертації надаються результати аналізу структурно-семантичних особливостей повторів у ТА англomовних публікацій із застосуванням методів та прийомів описово-аналітичного, семантичного та елементів контекстуального аналізу. Схема дистрибуції дієслівних форм у концептуальній моделі ТА була розроблена із застосуванням методу концептуального аналізу. Результати дослідження частотності й варіативності функціонування повторів у ТА англomовних публікацій були надані із застосуванням статистичного та кількісного методів обробки результатів.

2.1. Категоріальні ознаки повторів

У науковій лінгвістичній літературі існує значна кількість робіт, присвячених вивченню повтору. Повтори привертала до себе увагу таких видатних лінгвістів, як С.І.Гіндін, В.Г.Гак, В.А.Кухаренко, О.М.Мороховський, І.В.Арнольд, Н.М.Разінкіна та інші. Результатом досліджень є тлумачення терміну “повтор/повторна номінація”, класифікація повторів за їх структурними та семантичними характеристиками.

У центрі уваги лінгвістів частіше знаходяться стилістичні аспекти повтору, функціонування повторів у текстах різних функціональних стилів і жанрів [14, 15, 20, 26, 48, 151, 156]. Ряд досліджень присвячено вивченню семантичних та функціональних характеристик повторної номінації на рівні речення [39, 65].

Повтор вивчається на різних мовних рівнях [9, 12, 48, 85, 150, 156], в аспектах авторської модальності і прагматичної настанови тексту [118], як засіб формування категорії ретроспекції [183].

У сучасній лінгвістиці повтор частіше розглядається як **експресивний засіб синтаксису**, під яким розуміється фігура мовлення, що являє собою повторення слів, морфем, синонімів або синтаксичних конструкцій в умовах достатньої тісноти ряду, тобто достатньо близько одне від одного, щоб їх можна було помітити [7:182, 171:143].

В останньому десятиріччі намітилась тенденція до комплексного вивчення повтору. Плідним напрямком є дослідження функціонування повторів на текстовому рівні [20, 118, 151, 156, 183]. Дослідники визначають значну роль повторів в оформленні тексту як семантично і структурно зв'язного цілого. За визначенням А.П.Сковороднікова, “повторна номінація складає необхідну структурну ознаку зв'язного тексту” [151:182]. Н.І.Белунова, відокремлюючи три функції повтору – зв'язуючу, стилістичну і текстотвірну, стверджує, що головна роль в інтегруванні абзацу належить лексико-синтаксичним повторам, які забезпечують (підкреслюють) семантичну (а в ряді випадків і структурну) єдність одиниці тексту [20:72]. Т.С.Смахтіна визначає, що різнорівневі повтори інтегрують всі мовно-мовленнєві рівні тексту і створюють його єдність і цілісність [156:145]. В межах комунікативно-прагматичного напрямку аналізу тексту повтори характеризуються як лінгвостилістичні засоби вираження авторської модальності та реалізації прагматичної настанови тексту [118:1].

На наш погляд, недостатньо дослідженими залишаються питання функціонування повторів у текстах із чіткою практичною настановою, що спрямовані на широкі кола реципієнтів. Малодослідженими залишаються питання залежності структурно-семантичних і функціональних характеристик повтору від комунікативної інтенції адресанта та прагматичної спрямованості тексту.

Незважаючи на велику кількість робіт з проблем повтору, у сучасній лінгвістиці відсутнє визначення повтору, яке б охоплювало його структурні, семантичні та функціональні особливості. Явище повтору характеризується по-різному в

суперечливій парадигмі теорій. Існують суперечні погляди на елементи, що повторюються, на спосіб їх взаємодії в структурі висловлення/тексту, на їх мовні функції, структуру, семантику. Висловлюються також різні думки щодо критеріїв та способу класифікації повтору.

Одним із завдань даної роботи є надати розгорнуте визначення повтору на засадах структурних, семантичних та функціональних характеристик, а також розробити класифікацію повторів за комунікативно-прагматичним критерієм.

За базове в даній роботі прийняте визначення повтору, який “з лінгвістичної точки зору являє собою неодноразову появу мовної одиниці в певному проміжку часу на відповідному мовному рівні” [14:5]. Якщо аналізувати поняття “лінгвістична категорія” в широкому сенсі як будь-яку групу мовних елементів, що відокремлюється на основі загальної властивості [92:215], то доцільно характеризувати рекурентність / повторюваність / повтор як мовну категорію, оскільки загальною конститутивною ознакою даного явища на будь-якому мовному рівні є повторюваність елементів. Існування опозиції повторюваний елемент : новий елемент також дає можливість стверджувати про категоріальну природу повтору. На наш погляд, саме тлумачення повтору як мовної категорії забезпечує презентацію загального визначення даного феномену, який функціонує на всіх мовних рівнях, в усіх функціональних стилях, в усіх мовах.

Системний підхід до мови та мовних явищ, аналіз мови в єдності структурного та комунікативного аспектів становлять базу для осмислення **повтору як універсальної мовної категорії**. Як вказує Г.Г.Почепцов, повторюваність необхідна для спілкування, оскільки структурність/повторюваність різних мовних рівнів полегшує оперування ними [126:5]. Структурність/повторюваність являє собою засіб адекватної комунікативної передачі.

Питання про критерії класифікації повторів залишається спірним. Стає очевидним, що розподіл повторів за критерієм належності їх до того чи іншого мовного рівня є недостатнім на сучасному етапі лінгвістичних досліджень. Загальна тенденція до інтеграції наукового знання обумовлює підбір якісно нових критеріїв для класифікації повторів.

Так, наприклад, Н.І.Белунова висловлює думку про те, що в “реальній мовній дійсності існує лише лексико-синтаксичний повтор, оскільки лексеми, які повторюються, неминуче співвідносяться одна з одною і за тими синтаксичним позиціям, які вони займають” [20:70].

При цьому Н.І.Белунова виділяє два різновиди лексико-синтаксичного повтору:

- 1) лексико-композиційний – слова, що повторюються, знаходяться в предикативних одиницях, які побудовані за принципом лексико-синтаксичного паралелізму;
- 2) лексико-позиційний – передбачає повторення лексичної одиниці без зберігання синтаксичного паралелізму [20:70].

А.П.Сковородніков виділяє експліцитну й імпліцитну повторні номінації, які в залежності від структурних особливостей тексту розділяються на облігаторні й факультативні [151:182-183] (рис. 2.1).

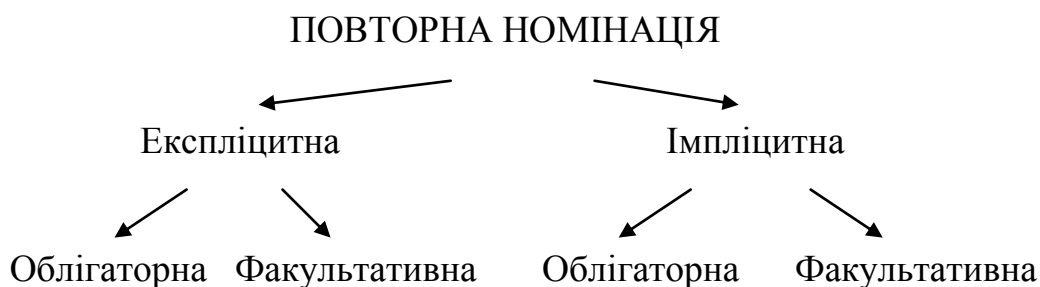


Рис. 2.1. Класифікація повторних номінацій за А.П.Сковородніковим.

В основі класифікації повторів, запропонованої О.В.Бекетовою, знаходиться факт присутності повтору на певному лінгвістичному рівні, а також семантичні й структурні ознаки повтору. За цими критеріями авторка виділяє фоно-морфологічні, лексико-синтаксичні й текстологічні повтори [14:2-3].

Є.А.Светлична розробляє класифікацію повторів на основі таких критеріїв, як: ступінь повторюваності елементів (повний, частковий, розширений повтор), частотність повтору (частотний, низькочастотний), місце його функціонування в тексті (наскрізний, локальний) [143:5].

В основі нашого дослідження лежить класифікація повторів за їх структурно-семантичними ознаками та за їх дистрибуцією на мовних рівнях (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Структурно-семантична класифікація повторів

	Фоно-морфологічні повтори	Лексико-синтаксичні повтори
Експліцитний повтор	Звуковий повтор (асонанс, алітерація) Кореневий повтор Афіксальний повтор (префіксальний, суфіксальний) Повтор граматичної форми	Простий лексичний повтор (повний та частковий) Синтаксичний паралелізм (повний та частковий)
Імпліцитний повтор	Повтор морфологічного значення	Синонімічний повтор Антонімічний повтор Вживання слів- субститутив та слів одного тематичного поля Перифраз Субституція

2.2. Психологічні основи повтору

Комплексний підхід до вивчення категорії повтору передбачає дослідження цього явища на всіх мовних рівнях, у міжрівневій взаємодії, а також в єдності його психологічних, лінгвістичних і прагматичних характеристик.

У психології **повтор/повторення** традиційно розглядається у зв'язку з дослідженням пам'яті й визначається як “репродукування засвоєних знань і дій для полегшення запам'ятовування” [155:409]. Роль повторення для закріплення й запам'ятовування матеріалу полягає в тому, що шляхом багаторазового повторення здійснюється перехід інформації із короткочасної пам'яті в тривалу.

Цей процес пов'язаний з рядом особливостей: у короткочасну пам'ять попадають останні 5-6 одиниць інформації, яка надійшла через органи чуття. Ці одиниці інформації переводяться в тривалу пам'ять у першу чергу. Свідомо повторюючи матеріал, можна утримати його в короткочасній пам'яті на більш тривалий строк, тим самим забезпечити переведення із короткочасної в тривалу пам'ять такої кількості інформації, яка перевищує індивідуальний об'єм короткочасної пам'яті. Цей механізм лежить в основі запам'ятовування великого об'єму інформації.

Використання повторів у ТА лише в невеликій мірі пов'язане із процесом запам'ятовування, оскільки дослівне запам'ятовування інформації з тексту не є прагматичною метою реципієнта. Продуцент тексту шляхом надмірного використання повтору прагне привернути й утримати увагу реципієнта на елементі повідомлення, тобто використання повтору в текстах у більшій мірі пов'язане з такими психологічними категоріями як сприйняття, розуміння, увага.

Використання повтору сприяє як свідомому, так і підсвідомому сприйняттю інформації. Інформація в процесі переходу до більш високих відділів нервової системи, досягаючи головного мозку, усвідомлюється лише частково. Міра усвідомлення інформації визначається необхідністю задоволення тієї чи іншої потреби пізнання. Неусвідомлена інформація не втрачається повністю, а входить до запасників чуттєвої пам'яті, у результаті чого виникають певні емоційно-експресивні процеси [4:65]. Продуценти в процесі утворення рекламних текстів опираються на психічні процеси діяльності головного мозку.

Дослідники тексту визначають велику роль елементів зв'язку, у тому числі й повторів, для адекватного сприйняття й розуміння текстів. Головну опору під час виявлення внутрішньої зв'язності тексту читач отримує від значень, які повторюються в тексті й складають його тематичну мережу. Зв'язки лексичного

характеру можуть бути синонімічними, гіпонімічними, антонімічними, створюватись спільністю емоційних, оцінних або функціонально-стилістичних конотацій, а також спільністю референтної віднесеності” [7:40].

Психологи відзначають, що багаторазове повторення одиниці без її змінювання веде до негативного ефекту – погіршення сприйняття й розуміння інформації. Причиною цього є таке явище в діяльності психіки людини як послаблення уваги при повторенні однотипного подразнення, прагнення до поновлення й модифікації старих зв’язків. У той же час психіці людини притаманні стереотипізація, прагнення до використання отриманих навичок, до збереження досвіду.

Багаторазовий повтор гальмує прогресію тексту, веде до його стагнації. Урахування цього факту важливо в процесі породження тексту-анонсу, умови функціонування якого – обмеженість у просторі та часі. Повтор у вирішенні теми робить її банальною і знижує інтенсивність рекламного впливу [91:174]. Рекламна функція ТА потребує наявності емоційно-експресивного елемента, який може бути реалізований за допомогою імпліцитного повтору.

Повторення в психології розглядається як засіб встановлення нових відношень у предметі, а також як актуалізація тих чи інших способів діяльності. Повторення з психологічної точки зору є тим фактором, який мобілізує увагу, сприйняття, пам’ять реципієнта на адекватне розуміння повідомлення.

Експліцитно наданий повтор безпосередньо впливає на реципієнта. У випадку імпліцитного повтору вплив здійснюється на підсвідомому рівні. Прикладом такого впливу є функціонування ключових слів. Психологи й лінгвісти неодноразово підкреслювали важливу роль **ключових слів** у розумінні тексту взагалі й рекламного тексту, зокрема [130:89, 138:106]. Процес розуміння (інтерпретації тексту) відбувається синхронно з процесом відокремлення (як свідомо, так і підсвідомо) та осмислення ключових слів тексту. Ключові слова втілюються в свідомості реципієнта у вигляді “узагальнених смислів”, семантичних комплексів, які характеризуються максимальною скороченістю [157:65]. Ці комплекси є основними структурними елементами внутрішнього мовлення, які в той же час

виконують роль інтерпретуючого механізму, за допомогою якого відбувається логічна переробка інформації в процесі мислення [138:107].

Виділення ключових слів у процесі сприйняття тексту сприяє розумінню теми повідомлення. Ключові слова тексту оформлюють його тематичний ряд, тому в цьому випадку правомірно стверджувати про імпліцитний повтор теми. Лексичний повтор ключових слів (експлікація тематичної семи) спрощує процес виділення і розуміння теми повідомлення, що збільшує ефективність сприйняття тексту.

Таким чином, в основі повтору як лінгвістичного явища лежить психологічний феномен репродукування, який виступає засобом встановлення нових відношень у предметі, мобілізує увагу, сприйняття та пам'ять реципієнта на адекватне розуміння повідомлення.

2.3. Реалізація семантичного повтору в текстах-анонсах

Дослідження семантичної організації текстів та функціонування семантичного повтору належать до актуальних напрямків лінгвістики тексту й неодноразово здійснювалось у роботах лінгвістів [38, 73, 77, 98, 104, 114, 140, 173, 194].

Незважаючи на різноманіття повторів, принцип їх функціонування в тексті має однаковий характер – повторення номінативної/категоріальної семи або декількох сем [171:213]. Погоджуючись із даним твердженням, можливо говорити про всі види повторів як про семантичний повтор [142:59], який може бути представлений експліцитно або імпліцитно.

Під **семантичним повтором** ми розуміємо повторення як категоріальних, включаючи семантику граматичних категорій, так і лексичних семантичних компонентів [161:189], що реалізується засобами імпліцитного та/або експліцитного повторення одиниць мовних рівнів. Основним функціональним завданням семантичних повторів є забезпечення текстової інтегративності.

Семантичний повтор, до якого в основному зводиться вся різноманітність зв'язків у тексті, пов'язаний з такими поняттями як синонімія, антонімія, гіпонімія, гіперонімія, семантичне поле, в основі яких лежить смисловий фактор [141:61].

У поверхневій структурі ТА семантичний повтор представлений:

- повтором граматичних форм;
- повтором лексем;
- повтором кореневої, суфіксальної, префіксальної морфем;
- синонімічним повтором;
- антонімічним повтором;
- займенниковими замінами;
- вживанням слів-субститутів;
- перифразом елементу топіка;
- вживанням слів однієї частини мови;
- повтором теми повідомлення,
- вживанням слів, що знаходяться у родо-видових відносинах та у відносинах частина – ціле, тощо.

Семантичні повтори, подані імпліцитно в глибинній структурі тексту, створюють семантичну надмірність тексту, але існування семантично суміжних одиниць не призводить до інформаційної надмірності, тому що поява нових смислів дає нову інформацію реципієнту. Семантичні повтори забезпечують семантичне узгодження, що реалізується як у межах одного речення, так і в цілому тексті, забезпечуючи тим самим його локальну і глобальну зв'язність [161:189]. У забезпеченні семантичної зв'язності тексту полягає основне навантаження семантичного повтору як текстоформлюючого елементу.

Семантичні повтори містять додатковий емоційно-стилістичний смисл, який послаблює лексичну надмірність і збільшує семантичне різноманіття. Семантичний повтор, як засіб семантичної надмірності, інтегрує текст тематично, створює умови для розкриття його семантичної сутності, репрезентує його в експресивно-емоційному руслі. Семантичний повтор зумовлює дієвість таких мовленнєвих принципів як інформативність, релевантність, чіткість та правдивість.

2.3.1. **Повтор на фоно-морфологічному рівні текстів-анонсів.** На фоно-морфологічному рівні текстів-анонсів англomовних публікацій нами досліджувалось функціонування таких видів повторів:

- морфемний повтор;
- повтор граматичних форм.

Аналіз функціонування чистого звукового повтору (асонансу, алітерації) не є релевантним у межах даного дослідження, оскільки звуковий повтор виступає як поетичний стилістичний засіб і частотність його використання в ТА наближується до нульового коефіцієнту.

2.3.1.1. **Морфемний повтор.** Дослідження простого морфемного повтору традиційно велось в аспекті відокремлення трьох його видів: анафоричного (повтор префіксу), медіального (кореня), епіфоричного (суфіксу) [86:26]. Відомо також, що в художньому тексті простий морфемний повтор слугує засобом збільшення інформативно-естетичної ємності тексту [146:183].

На нашу думку, спрощений підхід до функціонального навантаження морфемних повторів не відповідає вимогам сучасної лінгвістичної парадигми. У процесі дослідження ми спробуємо розширити аналіз функціональної парадигми морфемних повторів.

До **морфемних повторів** (МП) ми відносимо повторення кореневої, префіксальної або суфіксальної морфеми як у межах одного речення (контактний повтор), так і в межах цілого тексту (дистантний повтор).

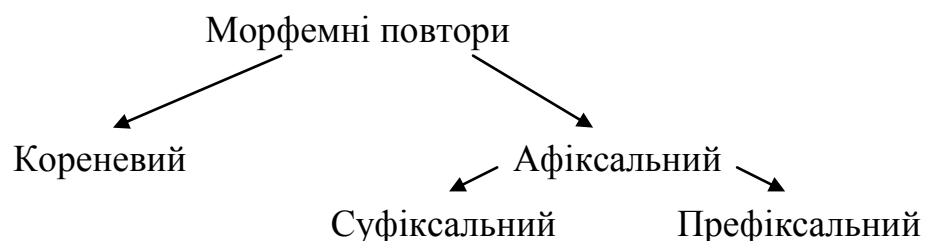


Рис. 2.2. Класифікація морфемних повторів.

Кореневий повтор (КП) є важливим засобом збереження тематичної суцільності тексту-анонсу. У випадку КП відбувається повторення лексеми, отже кореневий повтор діє сумісно із лексичним. Основна функція КП – здійснення психологічного впливу на реципієнта, що реалізується через утримання уваги реципієнта на темі повідомлення.

Вживання КП збільшує інформативність тексту: кореневий повтор містить додаткову інформативну сему. У той же час вживання КП поруч із лексичним повтором збільшує частотність появи тематичної лексеми (див. приклади 46-48). Результатом є підвищення логічності викладу інформації в ТА, збільшення прагматичної ефективності тексту.

(46) ***Companion Encyclopedia of Archeology***

[...]

Part One: explores the history of the discipline, the theory, and looks at techniques of studying different types of archeological evidence. Archeology's relationship to other disciplines ...is also discussed in this section.

Part Two: explores how archeologists approach such themes as.../RLR, 16/.

(47) ***Integrity of High-temperature Welds***

[...]

CONTENTS INCLUDE: A plant user's perspective on the integrity of high-temperature welds...The repair welding of power plant without post-weld heat treatment; Temperbead welding of P-Nos4 and 5 materials; Review of Type IV cracking in piping welds; Creep crack growth proprieties for the defect assessment of weldments.../PC 1999/2000, 12/.

(48) ***Translation and Medicine***

The contributors to Translation and Medicine address several broad aspects of medical translation, from the cultural/historic framework of the language in medicine to pragmatic considerations of register and terminology. Their articles highlight some of the contributions translation has made to medical science and addresses some of the questions raised by those who escort the advances of medicine across language and

cultural barriers and those who train the next generation of medical translators /T&T, 9/.

Функціонуючи як у суміжних реченнях, так і в різних блоках тексту, КП забезпечує локальну і глобальну зв'язність тексту-анонсу. Для текстів-анонсів характерне вживання кореневого повтору в тематичних ланцюжках, де він виконує функцію акумуляції інформації. Повтор кореневої морфеми відбувається в основному в межах ключових слів, таких, наприклад, як:

engine / engineers / engineering;

sociolinguistics / linguistic / language / multilingual;

archeology / archeological / archeologist;

manufacturing / manufacture / re-manufacturing;

computer / computations / computer-aided;

biography / biographical / biographee;

science / scientist / scientific.

Кореневий повтор реалізується також у межах означень, що характеризують протилежні якості об'єкта (див. приклади 49-51). У цьому випадку вживання кореневого повтору є облігаторним і не несе значного стилістичного навантаження.

(49) There are numerous methods available for forming and deforming polymers /PC 1999/2000, 10/.

(50) Complete contents:...Validation of FLUENT against incompressible and compressible flow through orifices.../PC 1999/2000, 19/.

(51) Covering remakeable joints and permanent joints in most common metallic and non-metallic materials, this book offers a valuable selection tool for the professional engineers /PC 1999/2000, 27/.

Кореневий повтор виступає частотним засобом у парадигмі ТА – цей вид повтору зустрічається в 1539 з 1646 текстів, що були проаналізовані, що в процентному співвідношенні складає 93,5%.

Морфемний повтор здійснюється також на рівні афіксу – суфіксальний та префіксальний повтори [165:93]. **Афіксальний повтор** (АП) здійснюється паралельно з повтором словотвірної моделі (див. приклади 52-54).

(52) *The scope extends to:*

- *Structural and mechanical design*
- *Fluid dynamics and aerodynamics*
- *Propulsion systems and fuels*
- *Transmission and landing systems*
- *Tribology, hydraulics and pneumatics /PIME, 7/.*

(53) *Topic Covered Include: Manufacturing management and strategy; Manufacturing planning and control systems; Modelling and simulation; Manufacturing automation; Simultaneous/concurrent engineering... Computer aided manufacturing, inspection and testing.../PC 1999/2000, 5/.*

(54) *Experimental techniques: diffraction methods, electrical methods, optical techniques (e.g. holographic interferometry, moiré, caustics, photoelasticity), thermography and thermoelastic stress analysis, ultrasonic and magnetic techniques /JSA, 3/.*

Використання АП (зокрема повтору суфіксу) виступає як стереотипний засіб у ТА. Аналіз матеріалу дослідження показав, що великою частотністю вживання в парадигмі текстів-анонсів характеризуються суфікси *-tion / -sion, -ing*. Ці словотворчі суфікси входять до складу термінів та номенклатурних слів, вживання яких є характерним для ТА явищем (див. приклади 55-57). Повторне використання вищеназваних суфіксальних морфем в умовах контактного розташування відбувається в 983 з 1646 текстів-анонсів, що складає 59,7% від загальної кількості аналізованих текстів.

(55) *Nitriding, nitrocarburising, oxidizing, boronising, surface layer hardening, and remelting are among the most important processes for modifying the characteristics of the surface layers.../PC 1999/2000, 48/.*

(56) *Every month, IEEE Communications Letters publishes seven to ten short contributions from all areas of communications technology. Including:*

- *Modulation and Signal Design*
- *Speech, Image, and Video Communications*
- *Coding Theory and Applications*

- *Wireless Personal Communications*
- *Spread Spectrum Communications*
- *Synchronization*
- *Channel Equalization*
- *Detection and Estimation.../CSPC, 8/.*

(57) Coverage includes:

adhesives and sealants

curing and coatings

environmentally compliant coating system and pigments

inks for food packaging manufacturing machinery – reactors, mills mixing and dispersing equipment /SIFE, 24/.

Використання АП як виразного засобу для логічного й емоційного виділення кореневої морфеми є нетиповим для ТА, де вживання стилістичних засобів підпорядковується прагматичній меті. Основними функціями АП є забезпечення компресії інформації і виділення тематичної лексеми, що в сукупності дозволяє прискорити процес сприйняття текстової інформації.

У цілому використання афіксальних повторів має позитивне значення для підвищення прагматичної ефективності ТА через полегшення сприйняття текстової інформації. Афіксальні повтори вживаються у термінологічних ланцюжках (див приклади 55-57) і виступають як високочастотні на фоні загальної тенденції до компресії інформації [165:93].

Префіксальний повтор у ТА виступає як низькочастотний, функціонує в основному в термінологічних ланцюжках (див. приклад 58), і є обов'язковим явищем у семантиці деяких текстів, що є зумовленим їх термінологічною насиченістю.

(58) ***Bioreactor and Bioprocess Fluid Dynamics***

This book examines both aspects of this biology/fluid dynamics interface...

CONTENTS INCLUDE: Stirred bioreactors: physical aspects; Air driven bioreactors; ...Biotransformations.../PC 1999/2000, 31/.

(59) The scope extends to:

- *Orthopaedics and biomechanics*
- *Biomaterials and stress analysis*
- *Synovial joints and biotribology /PIME, 8/.*

Такі фактори, як тенденція до компресії інформації, велика частотність термінологічних, номенклатурних слів та слів одного тематичного ряду, сприяють вживанню в ТА повтору компонентів складних слів. Цей вид повтору ми також відносимо до морфемного повтору і розглядаємо його функціонування на фоно-морфологічному рівні (див. приклади 60-63).

(60) *Includes biographical information on approximately 100,000 modern novelists, poets, playwrights, non-fiction writers, journalists and scriptwriters in the award-winning Contemporary Authors series /NVTR, 11/.*

(61) *The Journal of Multi-body Dynamics is an international multi-disciplinary forum covering all aspects of mechanical design and dynamic analysis of multi-body systems /PIME, 11/.*

(62) *TOPICS COVERED INCLUDE: Actuators and sensors; ...Micro-machines; ...Intelligence and autonomous machines; ...Co-operative machines; Man-machine interface /PC 1999/2000, 5/.*

(63) **Aerospace Transmissions Technology**

In recent years there has been significant development of larger and more cost-efficient aircraft, and of increasingly agile and more versatile military airborne systems of novel configuration [...] These excellent papers from IMechE seminar examine design configurations, materials, analysis and testing techniques, manufacturing processes, and maintenance aids that together can satisfy the increasing demands made on aerospace transmission systems for many years to come /PC 1999/2000, 40/.

Частотність використання повторів компонентів складних слів у ТА відносно невелика (0,5% від всього об'єму текстів), але, функціонуючи в тематичних ланцюжках, вони грають певну роль у забезпеченні зв'язності тексту і в полегшенні його осмислення.

Аналіз текстів-анонсів вказує на те, що морфемні повтори часто використовуються в межах збалансованих структур – антитези, паралелізму, переліку. Морфемні повтори виступають як експлікація рекуренції елементів категоріального та лексичного значення слів. Вживання морфемних повторів є важливим засобом підвищення ефективності ТА, оскільки вони забезпечують формальну і семантичну зв'язність тексту, а також слугують інформативності ТА через забезпечення компресії інформації.

2.3.1.2. Повтор граматичних форм. Повтор граматичних форм розглядається нами як основний засіб забезпечення формальної зв'язності тексту. Повтор граматичної форми являє собою імпліцитний повтор категоріального (морфологічного) [93:92] значення, що експліцитно представлений повтором формотворної морфеми або синтетичної форми. Морфологічний повтор не функціонує самостійно, а реалізується через лексику і синтаксис.

Повтор форм граматичних категорій числа, особи, означеності/неозначеності, ступеню порівняння та інших виступає як облігаторний у межах змістовно та формально зв'язного тексту. Цей вид повтору розкриває суцільно формальні риси тексту і несе в собі невелику семантичну значимість.

Релевантним у межах дослідження виступає вивчення повтору **дієслівних форм**, а саме видо-часових та аспектних форм дієслова. Видо-часові й аспектні форми дієслова неодноразово розглядалися з точки зору здійснення ними текстотвірних та тексооформлюючих функцій [29:23, 167:59, 182:27, 206:597]. Як визначає О.М.Мороховський, особливістю видо-часових форм англійських дієслів взагалі є їх багатозначність, яка поряд із часовою семантикою включає додаткові характеристики співвіднесеності дії та її видового аспекту [171:86].

Дослідження повторного вживання форм дієслова доцільно здійснювати із залучанням поняття “концептуальний час”. Під **концептуальним часом** розуміється відображення реального часу на рівні концептів, модельне відображення поза нами існуючої реальності [181:87].

Аналіз ряду текстів-анонсів дає можливість стверджувати, що структура концептуального часу даного типу текстів являє собою перевагу статичних елементів, що експліцитно проявляється при використанні видо-часових форм Present Simple та пасиву.

Використання Present Simple як форми, що констатує факти реальної дійсності, є характерним для інформаційно-рекламних текстів – Present Simple утворює граматичну доміанту тексту і визначає його часову орієнтацію. Повтор даної форми в ТА не тільки сигналізує про формальну зв'язність тексту, але й експлікує сему “щось є в наявності, існує” (див. приклади 64-67).

(64) *Each volume presents about 20 autobiographical essays written exclusively for the series... Every volume also provides a cumulative subject index.../NVTR, 11/.*

(65) *Climate and Weather Explained is a comprehensive introduction to the study of the atmosphere integrating climatology and meteorology. The Student's CD-Rom features.../RLR, 29/.*

(66) *The Journal of Automobile Engineering is the leading international journal...The Journal reflects...The Journal of Automobile Engineering provides... The scope includes.../PIME, 4/.*

(67) *This wide ranging and topical source-book brings together a wide range of essential information sources... It includes guides to relevant organizations... It additionally provides.../PC 1999/2000, 18/.*

Повторне вживання форми Present Simple зумовлене прагматичною настановою ТА і підтверджує стереотипність будови досліджуваного типу текстів. Такий вид повтору граматичних категорій часто супроводжується лексичним повтором (див. приклади 64-67).

Стереотипним явищем в рамках парадигми ТА виступає вживання форм Passive Voice та Participle I, II. Повторне вживання цих форм супроводжується повтором структурного типу речення (див. приклади 68-70). У межах ТА це переважно використання простого двоскладного поширеного речення із прикметниковим/дієприкметниковим зворотом замість складнопідрядного речення.

Результатом є максимальна компресія інформації, спрямована на підвищення інформативності тексту.

(68) *This leading edge material, drawn from both academic and industrial sources, plus a unique rolling program review of new products and developments, means that the journal is a balanced and well-informed resource offering immediate practical advantages to its subscribers /SIFE, 17/.*

(69) *The alphabetical entries are preceded by a substantial historical section, incorporating material on the main studios and analyzing the impact of Chinese film abroad.../RLR, 6/.*

(70) *Whether taken as a series or as individual volumes the Routledge History of World Philosophies offers a breadth of coverage.../RLR, 11/.*

Повтор дієслівної форми відбувається як у межах одного речення (див. приклад 71), у суміжних реченнях (див. приклад 72), так і в межах цілого тексту (див. приклад 73). Комплексне використання різних видів повторів (приклад 72 – повтор дієслівної форми, перелік, морфемний повтор) призводить до створення певного ритму в тексті, що полегшує сприйняття тексту і збільшує емоційний вплив на адресата.

(71) *The Journal of Engineering Manufacture provides a focus for new developments in engineering manufacture by publishing papers covering technological and scientific aspects of original research .../PIME, 2/.*

(72) *Assembly technology is constantly being developed, refined and researched to provide the most cost-effective and efficient solutions to manufacturing problems. Driven by increasing demands for better quality, faster production and minimum running costs, innovations are constantly being devised, tested and developed throughout the manufacturing world /SIFE, 11/.*

(73) *Industrial Lubrication and Tribology answers many of the questions relating to what lubricants to use with which machinery under different operating conditions. [...] The journal places special emphasis on the development of alternatives to finite hydrocarbons, including synthetics, “dry” lubricants and plastic composites /SIFE, 17/.*

Настанова на надання фактичної інформації в ТА обумовлює переважне використання в цих текстах дієслівних форм Present Simple Active Voice та Present Simple Passive Voice. За допомогою першої з названих форм констатується певний наявний у дійсності факт, друга форма приймає участь в експлікації теми “дія, що здійснилась” (див. приклади 74-76).

(74) *Rapid Prototyping and Tooling is an often quoted but rarely defined technology. The conference whose papers are contained in this volume, looks at those activities and processes, which significantly reduce the time between concept and production.../PC, 8/.*

(75) *Volumes are organized by title and present approximately 50 works through detailed essays running about 10 pages. Each essay is divided into the following sections.../NVTR, 24/.*

(76) *It is particularly concerned with the demonstration of engineering science solutions to specific industrial problems. The Journal has an international reputation for excellence and is regarded as core material for every engineering collection /PIME, 3/.*

В умовах розгорнутого ТА інтродуктивний комунікативний блок містить повтор форми Present Perfect, що здійснює поступове введення проблематики тексту і слугує приверненню уваги реципієнта до теми повідомлення (див. приклади 77-79).

(77) *Recent years have seen the growing challenge to the idea that politics and religion are distinct and autonomous ideas. Modern study has highlighted how traditionally religion has played an important role in politics, and conversely how politics itself has become inextricably assimilated into the make-up of religious thought /RLR, 21/.*

(78) *The Proceedings is, and always has been, the premier publication of the IMechE. Since the inception of the Institution in 1847 the Proceedings has endeavoured to satisfy the requirements of its audience /PIME, 1/.*

(79) *Over the last twenty-five years jetting technology has both matured and refined, and has found applications across many industries /PC 1999/2000, 34/.*

Використання Present Perfect в ІКБ текстів-анонсів є частотним явищем, хоча не завжди відбувається повтор даної форми. Так з 897 текстів, в яких використовується форма Present Perfect, лише в 43 текстах ця форма вживається 2 та більше рази.

Повтор граматичних категорій здійснюється сумісно із повтором морфеми (-s, -es – у формі Present Simple; -ing – у формі Participle I; -d,-ed – у формі Participle II), а також із повтором синтетичних форм виразу вищо-часової категорії англійських дієслів. Це явище є облігаторним і розкриває формально-граматичний зв'язок у тексті.

Для ряду ТА характерно вживання форми Future Simple Active Voice у заключному комунікативному блоці, що сприяє наданню висновків та створенню настанови до звернення до ПТ (див. приклади 80-84). За допомогою вживання цієї дієслівної форми здійснюється психологічний вплив на реципієнта, оскільки інформація про позитивні риси нового тексту надається в стверджувальній формі.

(80) *Heavily illustrated with photographs and line drawings, this title will be of considerable interest to crane designers, crane manufacturers and suppliers, crane users, project managers, health and safety specialists and consultants involved in a wide range of industries /PC 1999/2000, 6/.*

(81) *Anyone wanting to become better acquainted with the classics will find this illustrated series a helpful first source. Upcoming volumes will cover such noted figures as.../NVTR, 17/.*

(82) *The Companion will appeal to a wide-ranging audience. Academics in archeology...and enthusiastic general reader will all find this a fascinating and useful reference tool /RLR, 16/.*

(83) *'The Biographical Dictionary will provide academic and public libraries with much useful information.'* – *Reference Books Bulletin /RLR, 20/.*

(84) *'An outstanding piece of work. Any technical reference collection will require this volume, but general reference collections will benefit from holding it.../RLR, 20/.*

Повтор форми Future Simple у суміжних реченнях допомагає здійсненню психологічного впливу на реципієнта, тому що інформація надається в

стверджувальній формі дійсного способу. Психологічному впливу також сприяє вживання цієї дієслівної форми в сильній позиції тексту – заключному КБ.

У деяких текстах відбувається повтор форми Future Simple на протязі всього тексту (див. приклад 85). Багаторазове вживання даної форми свідчить про усвідомлений намір адресанта здійснити психологічний вплив на адресата за допомогою граматичних засобів.

(85) *The survey of English Dialects on CD-ROM*

[...]

These recordings, which will be a completely new source for research, will only be available in the SED CD-ROM.

In the SED CD-ROM the dialogue will be fully searchable, and will link the text transcriptions to the corresponding audio files. It will be delivered within an extended DynaText application. The CD-ROM will form a remarkable resource for dialectologists as well as linguistics more generally, and for the study of world Englishes. This material will be of interest to sociolinguists and phoneticians, as well as researchers working on corpus linguistics. Discourse analysts and historians specializing in rural, social or oral history similarly will find this a unique and previously untapped source /RLR, 35/.

Стереотипним явищем у ТА англомовних публікацій виступає багаторазовий повтор V-ing форм. У результаті вибіркового аналізу текстів-анонсів було підраховано, що частотність використання форм Gerund та Participle I складає від 3% до 6% від загальної кількості слів у тексті. Частотне вживання V-ing форм у межах ТА пояснюється загальними аналітичними тенденціями англійської мови. Функціонування даних форм слугує компресії інформації, створенню певного ритму, що сприяє полегшенню сприйняття повідомлення.

(86) *The complex engineering problems associated with large hoisting equipment and hoisting cranes are wide ranging and require an understanding of a number of engineering disciplines /PC 1999/2000, 19/.*

(87) *Celebrating its 50th anniversary in 1998 Industrial Lubrication and Tribology continues to serve industry by addressing key issues involving: lubrication of plant and*

machinery, lubricating appliances, process oils and greases, chemical additives and the lubricating oil industry [...] Understanding which lubricants work best...can have far-reaching effects.../SIFE, 17/.

(88) The Encyclopedia provides a grounding in the philosophy of many cultures, expanding the horizons of any reader, while being of great value to the specialist /RLR, 7/.

Аналіз ряду ТА дає можливість стверджувати не тільки про переважне використання тих чи інших дієслівних форм, але й про їх стереотипне розташування в різних комунікативних блоках. Так, наприклад, форми з Participle I,II та перфект як правило використовуються в ІКБ і ОКБ, у той час як Future Simple вживається в ЗКБ. Форма Present Simple відносно рівномірно представлена в різних КБ тексту. Така дистрибуція видо-часових форм (див. табл. 2.2) забезпечує зв'язність тексту, логічність викладу і полегшує сприйняття текстової інформації, що в свою чергу призводить до створення прагматичного ефекту.

Таблиця 2.2

Дистрибуція дієслівних форм в текстах-анонсах

Комунікативний блок	Дієслівна форма	Частотність вживання
Інтродуктивний	Present Simple Active Voice	100%
	Participle I	67%
	Participle II	36%
	Present Perfect	17%
Основний	Present Simple Active Voice	100%
	Present Perfect	9%
	Participle I	93%
	Participle II	73%
	Present Simple Passive Voice	37%
	Future Simple	0
Заключний	Present Simple Active Voice	98%
	Future Simple	47%
	Participle I	48%
	Participle II	36%
	Present Perfect	0

На основі результатів аналізу, представлених у табл. 2.2, можна зробити висновки про рекурентність вживання форми Present Simple Active Voice на протязі всього тексту-анонсу, повторність вживання форм Participle I, Participle II в ІКБ та ОКБ переважної більшості досліджених текстів, а також про стереотипне використання форм Present Simple Active Voice, Present Perfect, Participle I, Participle II та Future Simple у парадигмі ТА англомовних публікацій. Вибір певної дієслівної форми носить частково факультативний характер і визначається прагматичною настановою ТА. Повтор видо-часових форм дієслова і їх розташування у відповідних блоках ТА сприяє логічності викладу інформації, чіткості структурної організації даного типу текстів.

Концептуальна модель ТА в аспекті дистрибуції дієслівних форм може бути представлена таким чином:

ЩОСЬ Є В НАЯВНОСТІ, ІСНУЄ, ПІДНІМАЄ ПРОБЛЕМУ, НАДАЄ ІНФОРМАЦІЮ	→ Present Simple Active
ЩОСЬ НАДАЄТЬСЯ ТУТ, РЕПРЕЗЕНТУЄТЬСЯ, БАЗУЄТЬСЯ НА ЧОМУСЬ	→ Present Simple Passive
ЩОСЬ ВЖЕ РОЗГЛЯДАЛОСЬ, БУЛО РОЗГЛЯНУТЕ	→ Present Perfect Active → Present Perfect Passive
ЩОСЬ ДОПОМАГАЄ КОМУСЬ, ПРОПОНУЄ КОМУСЬ, НАДАЄ ІНФОРМАЦІЮ ДЛЯ КОГОСЬ, БУДЕ КОРИСНИМ ДЛЯ КОГОСЬ	→ Present Simple Active → Future Simple Active

Якщо для художніх творів та діалогічного мовлення характерне повторне вживання дієслівних форм з метою актуалізації емоційно-експресивних значень, то в ТА даний вид повтору є засобом стереотипізації викладу інформації. Кінцевим результатом повтору дієслівних форм є підвищення прагматичної ефективності ТА через полегшення сприйняття текстової інформації.

Результати аналізу функціонування категорії повтору на фоно-морфологічному рівні ТА надані в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Частотні й варіативні характеристики повтору на фоно-морфологічному рівні текстів-анонсів

Вид повтору		Частотність використання в ТА (у процентному співвідношенні)
Морфемний повтор	Кореневий	93,5
	Афіксальний	53,7
	Префіксальний	0,05
	Повтор компонентів складних слів	0,5
Повтор граматичної форми	Present Simple	100
	Participle I,	63,7
	Gerund	25,1
	Participle II	70,5
	Passive Voice	23,3
	Future Simple	1,8
	Present Perfect	2,6

Таким чином, найбільш частотними видами повторів із досліджуваних нами на фоно-морфологічному рівні ТА англomовних публікацій виступають повтор дієслівних форм Present Simple, Participle I, Participle II та повтор кореневої морфеми в тематичних ланцюжках тексту.

2.3.2. Повтор на лексико-синтаксичному рівні текстів-анонсів. На лексико-синтаксичному рівні ТА англомовних публікацій ми розглядаємо такі види повторів:

- простий лексичний повтор;
- повтор заголовку;
- синонімічний повтор;
- антонімічний повтор;
- вживання слів-субститутів та перифразів;
- вживання слів, що знаходяться у родо-видових відносинах та у відносинах частина – ціле;
- лексико-синтаксичний паралелізм.

Повтор на лексико-синтаксичному рівні розглядається нами як експліцитне / імпліцитне повторення елементів лексичного значення та семантико-структурних компонентів синтаксичних конструкцій. Лексичні компоненти виступають як нероздільні від синтаксичних у структурі тексту, тому лексико-синтаксичний рівень досліджується нами в єдності його складових елементів.

2.3.2.1. Поняття лексичного повтору, його структурні та семантичні різновиди. Повтор повнозначних і службових слів, повтор заголовку, синонімічний і антонімічний повтори, вживання слів-субститутів та перифразів, а також слів одного тематичного поля ми відносимо до **лексичного повтору** (ЛП).

Простий лексичний повтор повнозначних і службових слів та словосполучень притаманний поверхневій структурі будь-якого тексту. **Простий лексичний повтор** (ПЛП) визначається як повторення лексичної одиниці без зміни її структури й компонентного складу. У випадку ПЛП семантичне значення лексеми повністю експлікується в поверхневій структурі тексту.

За дистрибуцією в межах тексту ми розрізняємо наскрізний і локальний ПЛП (див. рис. 2.3.). **Наскрізний ПЛП** функціонує в межах цілого тексту, забезпечує його глобальну зв'язність і тематичну спільність. **Локальний ПЛП** – це повтор лексичної одиниці в межах одного речення (контактний повтор) або в суміжних

реченнях (дистантний повтор). Основна функція локального ПЛП – забезпечення локальної зв'язності тексту, тобто зв'язності в межах речення і між реченнями.

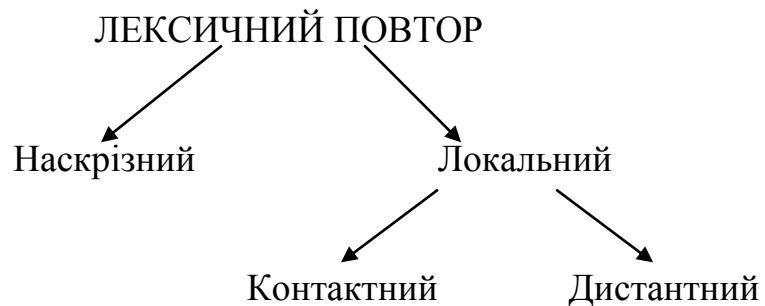


Рис. 2.3. Класифікація лексичних повторів.

Контактно розташовані ПЛП є засобом підвищення надмірності текстової інформації. Контактні ПЛП зменшують об'єм нової інформації в тексті, але виконують позитивну роль у забезпеченні логічного та емпатичного виділення смислу висловлення.

Контактні ПЛП виступають як експресивний мовний засіб і більш притаманні художній прозі та поезії. У ТА англomовних публікацій контактні ПЛП мають низьку частотність вживання, але вони, разом з іншими видами повторів, сприяють реалізації рекламної функції ТА. Основною функцією контактних ПЛП у ТА є акцентування певної теми/сем (див. приклади 89-92).

(89) ...*Contemporary Authors New Revision Series brings you the most resent data on the world's most popular actors* /NVTR, 11/.

(90) *It provides access to a range of documents which have hitherto been highly inaccessible – both difficult to locate and difficult to interpret and understand* /RLR, 4/.

(91) *In six outstanding volumes WEST documents artistic development all over the world, country by country, region by region* /RLR, 5/.

(92) *An excellent resource to help you advise on the new challenges in this truly global field, European Trade Mark Reports represents an excellent investment at only 175 (US\$ equivalent \$280.00)* /IPR, 2/.

Використання подвійного ПЛП виступає як художній стилістичний засіб, який створює певний ритм висловлення. Ритм полегшує сприйняття інформації, а

нетиповість даного засобу для інформаційно-реklamних текстів утримує увагу реципієнта і допомагає зосередитись на смислі висловлення.

Повторне вживання лексеми з позитивно-оцінним забарвленням посилює психологічний вплив на реципієнта. Цей засіб не є стереотипним у ТА, але його використання сприяє реалізації прагматичної настанови текстів.

Це є релевантним стосовно контактного або дистантного повтору модальних дієслів та заперечної частки (див. приклад 93).

(93) We levy no page charges and have no rigid length restrictions. However, every article should be as concise as is practicable, and the content should always justify the length /PIME, 1/.

У ТА контактні розташовані ПЛП правомірно характеризувати як **тавтологічний повтор**, що уповільнює темп надання інформації, зменшує інформативність тексту [165:94]. Тавтологічний повтор у ТА несе конструктивне навантаження, оскільки виконує оцінну функцію через акцентування релевантного елемента висловлення. Тавтологічні повтори надають елемент експресивності стилю ТА. Це посилює психологічний вплив на адресата, створюючи позитивну атмосферу навколо первинного твору.

До **дистантного ЛП** ми відносимо повторення слів у суміжних реченнях. У ТА англомовних публікацій це в основному повтор ключових слів, які оформлюють тематичний ланцюжок ТА (див. приклади 94-96). Використання дистантних ЛП має особливе значення у ТА, де уникається вживання синонімічних замінів. Це пояснюється прагматичною настановою ТА – для полегшення сприйняття тексту використовується простий ЛП замість синонімічного.

(94) The Journal of Multi-body Dynamics is an international multi-disciplinary forum covering all aspects of mechanical design and dynamic analysis of multi-body systems. These include vehicles, mechanical machines and mechanisms that constitute an assembly of parts or components that affect the dynamic behavior of the system as a whole. The dynamic analysis of multi-body systems often includes dynamic interactions of various phenomena, such as large rigid body motions... and lubricated contact dynamics /PIME, 11/.

(95) **Major Authors Online**

Each Major Authors collection focuses on a significant writer or writers in world literature. Each gathers a comprehensive collection of a writers published works.../NVTR, 6/.

(96) **Teaching Translation and Interpreting**

Selected papers from this second conference on Translator and Interpreter Training. With contributions from five continents, the articles deal with global challenges, taking into account the role of the translator in societies knit together by one tongue and those in which languages are the repositories of national cultures, such as India. The main merit of this volume is that it shows how translator training is tackled in the main translator training courses around the world, what requirements are made on the students and what solutions are given /T&T, 11/.

Основне функціональне завдання дистантного повтору – забезпечення зв'язності між реченнями в тексті. Дистантний повтор тематичних слів сприяє стабільності теми тексту, його локальній і глобальній зв'язності.

Дистантний повтор функціонує також у ланцюжках слів, семантика яких розкриває зміст і структурну будову первинного тексту (див. приклади 97-99).

(97) **Poetry Criticism**

Each volume provides substantial critical excerpts and biographical information on eight to 10 major poets from all eras. Entries provide an introductory biographical sketch, excerpts of a wide variety of critical analyses and sources for additional reading.

Volumes include cumulative title, author and nationality indexes /NVTR, 18/.

(98) *The material includes a wide range of subject areas such as... The material is also important since it includes.../RLR, 7/.*

(99) *Section one contains the theoretical principles based upon mathematics and applied mechanics as taught to engineers... Section two contains formulae and tables /PC 1999/2000, 18/.*

Простий лексичний повтор присудка виконує акумулятивну функцію, оскільки утримує увагу реципієнта на підметі. ПЛП присудка підвищує інформативність ТА,

слугує фоном для виділення теми повідомлення. Дистантний простий лексичний повтор є одним із основних експлікованих засобів забезпечення локальної зв'язності тексту-анонсу.

Лексичний повтор, який функціонує в цілому тексті, ми називаємо **наскрізним** ЛП. У ТА англomовних публікацій наскрізний повтор представлений повтором ключових слів, які формують тематичні ланцюжки ТА. Неодноразове згадування одного референта в тексті формує відносно суцільну в смисловому відношенні послідовність кореферентних речень, забезпечуючи інтегративність тексту.

Наскрізний лексичний повтор функціонує сумісно з повтором однокореневих слів (кореневий повтор) у забезпеченні тематичної єдності тексту [165:92]. Кореневий повтор діє переважно в тематичному полі ТА (див. приклади 100-102).

(100) ***Notable Black American Scientists***

For profiles on the achievements, importance and impact of the most significant Black American scientists through time, consult Notable Black American Scientists. Specifically aimed at the needs of students doing research for science...

[...] The rest of the entry focuses on scientific achievements ... A personal statement from the scientists about his or her career or the importance of science is included.../NVTR, 31/.

(101) ***Progress Through Mechanical Engineering***

Innovations, technology, industry – mechanical engineers have been responsible for many of the developments that have shaped the modern world. Engineers use raw materials and energy. [...]

Published to mark the 150th anniversary of the founding the world's first mechanical engineering Institution, this book, with a foreword by HRH The Prince of Wales, charts the progress of the profession and the influences that have shaped engineering /PC 1999/2000, 40/.

(102) ***Issues in Mathematical Linguistics***

This brief collection of refereed papers approaches several technical as well as methodological aspects of the mathematical formalization of natural language, particularly in syntax and in semantics. Such kind of investigation is a prerequisite for

the computational processing of language and is narrowly related to current developments in other disciplines, namely theoretical computer science and mathematical logic. The volume offers a coherent picture of recent research on the mathematics of language, and may be of interest to a wide audience, from linguists to mathematicians /S 2000, 24/.

У наведених прикладах повтор лексем *scient-*, *engineer-*, *mathematic-*, *lang-* / *ling-* в однокорених словах *scientist* – *science* – *scientific*; *engineering* – *engineers*; *mathematics* – *mathematical* – *mathematician*; *language* – *linguists* збільшує появу тематичної лексеми, що утримує увагу реципієнта на темі повідомлення. Дане явище є типовим для ТА, воно спрямовано на реалізацію прагматичної мети тексту.

Таким чином, представлені в текстах-анонсах англомовних публікацій структурні різновиди простого лексичного повтору беруть участь у забезпеченні інтегративності тексту, підвищенні його інформативності, що в сукупності слугує реалізації прагматичної мети досліджуваного типу текстів.

2.3.2.2. Повтор ключових слів. Для лексико-синтаксичного рівня ТА англомовних публікацій характерне вживання слів одного тематичного ряду, які функціонують як **ключові слова** (КС). Психологи й лінгвісти відзначають важливість ключових слів для адекватного розуміння тексту [114, 138, 157]. Ключові слова – це слова, на основі яких відбувається виведення фрагменту знання, необхідного для осмислення певної послідовності слів. Вони є “точками контакту” потоку мовлення із суб’єктивною системою знання, в яких інтегрує загальне, об’єктивне з індивідуальним, суб’єктивним [114:45].

У ТА ключові слова не тільки допомагають реципієнтові осмислити інформацію, але й сприяють приверненню уваги реципієнта до певного тексту, тобто виконують інформативну і рекламну функції водночас. У ряді ТА ключові слова являють собою термінологічні одиниці, що є функціонально обумовлено практичною спрямованістю ТА і його адресованістю спеціалістам у певній сфері знань.

Термінологічні одиниці виступають облігаторним засобом організації інформації в ТА, оскільки “терміни з великою кількістю семантичних компонентів ...

виступають носіями нової інформації, виконують роль інформативних маркерів” [152:6]. У термінологічних ланцюжках відбувається імпліцитний повтор теми повідомлення, при цьому заголовки ТА і термінологічні одиниці в тексті часто знаходяться у гіпо- гіперонімічних відношеннях або у відношеннях “частина – ціле” (див. приклади 103-105).

(103) ***Instruments of Science***

Who invented the gas chromatograph?

How has the telescope evolved?

What is the difference between an eastern abacus and a western abacus?

What does a galvanometer do?

What is the effect of gas testing technology on instrument costs? /IS, 1/.

(104) ***Sensor Review***

Coverage includes:

sensor systems

industrial and domestic control networks

production processes

machine vision

biosensors

neutral networks

position measurement

micromachining

optical sensors.../SIFE, 26/.

(105) *Coverage includes:*

- *General issues and concepts specific to tourism: accommodation, consumerism, gambling, globalization, policy, seasonality*
- *Definition of key terms and acronyms: ecoresort, professional native, room nights*
- *Significant institutions, associations and journals: Caribbean Tourism Organization, Centre des Hautes Etudes Touristiques, WTO, Journal of Leisure Research, Journal of Tourism Studies /RLR, 28/.*

У ТА англomовних публікацій термінологічна лексика використовується в сильних позиціях – у заголовку, в інтродуктивному блоці, у рядах переліку, що слугує інтенсифікації реалізації функціонального навантаження ТА.

Лексичний повтор КС і їх графічне виділення є характерними засобами привернення уваги реципієнта до теми повідомлення в рамках ТА. У ланцюжках КС здійснюється експліцитний і імпліцитний повтор тематичної семи. Експліцитно функціонують лексичний та кореневий повтор КС (див. приклади 106, 107), на глибинному рівні тематична сема повторюється, якщо КС надані у вигляді слів одного тематичного ряду та синонімів (див. приклад 108).

(106) The Encyclopedia of Chinese Film, one of the first encyclopedias in this area, provides alphabetically organized entries on directors, genres, themes, actors and actresses from mainland China, Hong Kong and Taiwan, as well as 300 film synopses. [...] The Encyclopedia meets the needs, equally, of the film studies scholar, the student of Chinese culture, the specialist in Chinese film or simply the curious viewer wanting to know more /RLR, 6/.

*(107) **The Constitutional Amendments: 1789-1996***

While there are several references that deal with the American Constitution as a whole or the Bill of Rights, none offer researchers background and detail specifically related to amendments to the constitution. The constitutional Amendments remedies that situation by offering users a single source on the history and significance of all 26 amendments as well as of those proposed but unratified.

Arranged by amendment, each chapter includes the full text of the amendment.../NVTR, 41/.

(108) The Journal of Strain Analysis publishes learned papers, technical notes and correspondence relating to any aspect of Engineering Design that involves the analysis and/or measurement of stress and/or strain, or studies of the relevant material properties and failure models.

The following topics list is given for guidance and is not exclusive:

Experimental techniques:...

Numerical/ analytical techniques:...

Material behavior: creep, relaxation, elasticity, fatigue, fracture/ fracture mechanics, plasticity/JSA, 3/.

В останньому прикладі повтор семи відбувається в межах декількох тематичних ланцюжків: перший ланцюжок – *learned papers, technical notes, correspondence*; другий – *analysis, measurement, studies*; третій ланцюжок являє собою перелік тем публікації. Експліцитний та імпліцитний повтор тематичних сем призводить до надмірності повідомлення, але це є позитивним фактором у межах ТА, оскільки тематична надмірність обумовлюється прагматичною метою тексту.

Повтор ключових / тематичних слів виступає стереотипним засобом для досліджуваного типу текстів і реалізує загальну тенденцію до експліцитного надання інформації в ТА. Цей засіб виконує тематичну й інформативну функції, сприяє утриманню уваги реципієнта на темі повідомлення і адекватності тлумачення текстової інформації.

2.3.2.3. Повтор заголовку тексту. Повтор ключових/тематичних слів відбувається паралельно з частковим повтором заголовку. Особливістю ТА як вторинного тексту є те, що заголовок ТА повністю збігається із заголовком первинного тексту, тому знайомство реципієнта з темою ПТ відбувається ще під час прочитання заголовку. Така організація ТА направлена на підвищення інформативності й зумовлена настановою реципієнта на ознайомлення з публікацією на конкретну тему.

Повтор заголовку відбувається в сильних позиціях тексту – інтродуктивному і заключному КБ, що виконує організуючу, інтегруючу функції, постійно утримує увагу реципієнта на темі повідомлення. Акцентуванню та осмисленню основної ідеї тексту також сприяє графічне виділення заголовку. Графічні засоби взагалі вважаються провідними в процесі привернення й утримання уваги реципієнта [199:212], оскільки більшу частину інформації з оточуючого світу людина сприймає через візуальний канал сприйняття.

Використовується як повний, так і частковий повтор заголовку. Існує тенденція до використання **повного повтору заголовка** в інтродуктивному комунікативному

блоці ТА (див. приклади 109-111). Це сприяє логічності подання інформації. У цьому випадку повтор не тільки впливає на сприйняття текстової інформації, але й також сприяє запам'ятовуванню назви/теми нової публікації, тобто продуцент ТА прагне створити сприятливу атмосферу для реалізації прагматичної мети тексту.

(109) **Encyclopedia of Contemporary British Culture**

Boasting more than 970 alphabetically arranged entries, the Encyclopedia of Contemporary British Culture surveys British cultural practices and icons in the latter half of the twentieth century /RLR, 24/.

(110) **Music Publishers' International ISMN Directory (MPIID)**

The Music Publishers' International Directory was first published in 1996.

(111) **Management of Fire and Explosions**

Management of Fire and Explosions is a collection of papers prepared for an ImechE conference.../PC 1999/2000, 29/.

Повний повтор заголовку являє собою наскрізний повтор, оскільки він функціонує в межах всього тексту-анонсу і виконує інтегруючу функцію. Правомірно стверджувати, що саме повтор заголовку посідає основне місце в забезпеченні тематичної суцільності ТА (див. приклади 112-114).

(112) **The Economic Management of Physical Assets**

Physical assets; buildings, machinery, production lines, service equipment, and technological hardware, are costly to run, maintain and operate. All businesses need to plan and manage their assets in the most economically advantageous way. [...]

Using clear and non-technical jargon The Economic Management of Physical Assets gives an understanding of the main principles and practices of terotechnology /PC 1999/2000, 6/.

(113) **Corporate Giving Directory 1999**

Corporate Giving Directory 1999 supplies more relevant and critical biographical data than you'll find anywhere else...

TAFT's Corporate Giving Directory 1999 provides complete profiles of the 1,000 largest corporate foundations.../NVTR, 100/.

(114) **Journal of Automobile Engineering (Part D)**

The Journal of Automobile Engineering is the leading international Journal serving the multidisciplinary automotive industry. [...]

The Journal of Automobile Engineering provides a forum for those involved in research, design...of cars.../PIME, 4/.

З метою компресії інформації та збільшення інформативності тексту використовується **частковий повтор заголовку** (див. приклад 115) або **повтор у вигляді абрєвіатури** (див. приклади 116, 117).

(115) **Encyclopedia of Endangered Species**

Endangered Species is a useful resource to researchers, students and anyone interested in the environment and wildlife /NVTR, 52/.

(116) **European Trade Mark Reports**

[...]

The new Sweet & Maxwell journal European Trade Mark Reports (ETMR) will provide you with the information you need to stay on top of events.

ETMR follows the format of its sister publication Fleet Street Reports...

An excellent resource to help you advise on the new challenges in this truly global field, European Trade Mark Reports represents...

In its first year of publication, ETMR will be producing an extra two editions /IPR, 1/.

(117) **Routledge Encyclopedia of Philosophy**

June 1998 saw the publication of the Routledge Encyclopedia of Philosophy (REP).

[...]

The REP offers...

The Encyclopedia provides...

There are over 2,000 entries in the REP.../RLR, 7/.

Повтор заголовку в заключному комунікативному блоці ТА, як повний так і частковий, слугує засобом, який акумулює подану раніше інформацію, сприяє підведенню висновків до тексту. Цей засіб є виключно важливим у ТА, де всі мовні засоби спрямовані на полегшення сприйняття й розуміння тексту (див. приклади 118-120).

(118) **World Cost of Living Survey**

In this new compilation you'll find reported prices for products...

Conveniently arranged by country and then by cities within that country, World Cost of Living Survey provides...

World Cost of Living Survey is the perfect resource for people considering a move to another country.../NVTR, 60/.

(119) ***Professional Engineering***

Professional Engineering is the fortnightly news magazine of the IMechE. [...]

Professional Engineering addresses both managers of engineering business as well as practitioners of technology. [...]

[...]

With an average of 30 pages of appointments per issue, Professional Engineering provides an outstanding service for companies recruiting staff and individuals looking for employment /PC 1999/2000, 60/.

(120) ***Women of Color and Philosophy***

[...]

Despite its breadth, Women of Color and Philosophy examines assumptions and new directions, in depth and with lucid specificity /Ph 2000, 39/.

Повтор заголовку є стереотипним засобом у межах ТА англомовних публікацій – у тому чи іншому вигляді заголовки повторюється у 100% текстів-анонсів, що були проаналізовані. Результати дослідження варіативності й частотності повтору заголовку представлені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Частотність і варіативність повтору заголовку в ТА

Вид повтору	Частотність вживання
Повний повтор заголовку	38,81%
Частковий повтор заголовку	14,34%
Повтор у вигляді аббревіатури	22,38%

Повтор заголовку є одним з основних елементів у забезпеченні ефективності функціонування текстів-анонсів, оскільки він діє як засіб текстової інтегративності й слугує приверненню та утриманню уваги реципієнта на темі повідомлення.

2.3.2.4. **Синонімічний та антонімічний повтори в межах текстів-анонсів.**

Лексичні повтори, які розглядались вище, відносяться до експліцитного типу повторів. Вживання слів із тотожним змістом, але різною формою визначається нами як **імпліцитний повтор** [158:281]. Імпліцитний повтор являє собою повторення однієї або декількох сем на глибинному рівні тексту. До імпліцитного повтору ми відносимо синонімію, антонімію, перифраз, вживання слів-субститутів та слів одного тематичного ряду.

Використання синонімів і антонімів є нетиповим явищем для ТА, основними ознаками якого є перевага змістовно-фактуальної інформації над іншими її типами, а також максимальна інформативність [158:281]. Як відомо, вибір мовних засобів у тексті визначається його прагматичною настановою. Прагматична настанова даного типу текстів зумовлює використання засобів, які б сприяли логічності та чіткості викладу інформації, уникали двозначності тлумачення.

Вживання синонімів у ТА англomовних публікацій обмежується рамками **ідеографічних синонімів**, які мають незначні семантичні відмінності. Використовуються синоніми нейтрального стилістичного тону (див. приклади 121-123). Міжстильова синонімія є художнім стилістичним засобом і виступає як нетипова для інформаційно-рекламного типу текстів, в якому спостережуються перевага нейтрально забарвленої лексики.

(121) *Each volume presents about 20 autobiographic essays...[...] Every volume also provides a cumulative subject index.../NVTR, 11/.*

(122) *This volume contains the papers of the sixth annual conference organized by... Application of Multi-Variable System Techniques includes.../PC, 11/.*

(123) *With contributions from five continents, the articles deal with global challenges, taking into account the role of the translator in societies knit together by one tongue*

and those in which languages are the repositories of national culture, such as India /T&T, 11/.

Синоніми використовуються в тексті для найменування одного і того ж денотата, що дозволяє уникнути прямих повторів. Як визначає Г.Г.Почепцов, “синонімія – це змістовий повтор” [126:31]. Текстова синонімія трактується нами в широкому сенсі й включає оказіональні синоніми. Оказіональні синоніми являють собою первісно різне визначення одного й того ж предмета, тобто виступають семантичною варіацією назви денотата [48:5]. Оказіональні синоніми утримують увагу реципієнта на денотаті, а також слугують інтегративності тексту. До оказіональних синонімів правомірно віднести субституцію та перифразування заголовку ТА.

Функціональне навантаження синонімів у ТА розподіляється між інтегративною й інформативною функціями. Інтегративна функція реалізується через повтор семантичного/их елементу/ів як локально, так і в межах цілого тексту. Використання синонімів, які містять семантичні відмінності, підвищує загальну інформативність ТА.

Вживання ідеографічних синонімів, з одного боку, допомагає уникнути тавтологічного повтору, утримати увагу реципієнта на темі повідомлення. З іншого боку, ідеографічні синоніми не знижують рівень прогнозування та інформативності повідомлення. Це забезпечує максимальну адекватність розуміння ТА з боку реципієнта.

Характер комунікативних задач ТА робить використання широкої парадигми синонімів недоцільним. Навпаки, існує тенденція до використання лексичного та/або кореневого повторів замість синонімічної заміни (див. приклади 124, 125).

(124) Gardner’s Digital Handbook is a platform independent application that allows you to search across the entire Gardner’s Database for the information you need. ...A powerful search engine allows you to search on multiple fields, and you can refine your search by searching again within those results /G, 3/.

(125) A Practical guide to Software Localization covers many of the things a localizer will come across. It contains chapters on translating software, translating on-line help and documentation, translation memory tools, project management, and terminology

management. The examples in this book are applicable to most languages; they reference a typical localization project translated from English into French, Italian, German and Spanish /T&T, 15/.

Простий лексичний повтор та повторення кореневої морфемі носять тавтологічний характер у ТА і характеризуються низькою інформативною значущістю, але доцільність використання даних видів повторів пояснюється їх акумулюючими властивостями і потенцією до логічної організації повідомлення.

Вживання контактено розташованих **антонімів** є рідким явищем у ТА. Кваліфікувати антоніми як семантичний повтор вважається доцільним, оскільки попри всю протилежність значень антоніми відносяться до найбільш тісних семантичних наближень у лексиці [112:97]. На основі аналізу випадків використання антонімів можна стверджувати, що вони виконують акцентуючу функцію (див. приклад 126). У разі використання антонімів відбувається імпліцитний повтор елемента значення.

(126) Industrial Robot: An International Journal is a key publication for academics, engineers and managers applying robotics to solve production problems in the less structured and more flexible manufacturing environment /SIFE, 18/.

Вживання синонімів і антонімів є стилістичним засобом художнього мовлення і тому не виступає як типове для ряду ТА. Однак приклади використання даних засобів у ТА свідчать про їх значну роль у підвищенні інформаційної ємності тексту, в утриманні уваги реципієнта, а також у процесі рекламування нової публікації.

2.3.2.5. Субституція елементів топіку як експлікація семантичного повтору.

Такі види імпліцитного повтору як перифраз елементів топіку та використання слів-субститутів більш характерні для ТА, ніж синоніми/антоніми. **Слова-субститути** в основному використовуються замість лексичного повтору заголовку і беруть участь у створенні тематичного ядра тексту. Це явище виступає стереотипним мовним засобом у ТА англomовних публікацій.

Взагалі субституцію й перифразування, поруч із інтертекстовою синонімією, правомірно розглядати в рамках більш широкого поняття повторної/вторинної

номінації (ПН), яка реалізує таку фундаментальну якість зв'язного тексту як наявність у ньому неодноразового згадування елементів ситуації або їх якостей. Повторна номінація має тексторозвиваючі потенції, які складаються з можливості введення на її основі нової суб'єктивно-оцінної інформації [195:4]. Основними функціями ПН у ТА англomовних публікацій є логічне виділення теми повідомлення і створення суб'єктивно-оцінної модальності тексту шляхом надання додаткової характеристики референту.

Висока частотність використання слів-субститутів пояснюється наявністю в ТА однієї теми, яка презентується в заголовку тексту. Тема повідомлення залишається незмінною в межах цілого тексту і в кожному реченні доповнюється новою ремою.

Стабільність теми забезпечується вживанням слів-субститутів наряду з повними та частковими повторами заголовку (див. приклади 127-130).

(127) **Journal of Rail and Rapid Transit (Part F)**

The Journal of Rail and Rapid Transit is devoted to engineering in its widest interpretation... At a time of considerable change in the industry, it provides...The Journal seeks to encompass innovative concepts.../PIME, 6/.

(128) **The Directory of Corporate and Foundation Givers**

This guide is for nonprofit organizations... In all, Corporate and Foundation Givers 1999 puts you in touch with more than 8,000 founding sources /NVTR, 100/.

(129) **Handbook of Industrial Surfactants**

The Handbook of Industrial Surfactants is the most comprehensive and authoritative information source covering surfactant products. More than 21,000 trade name and generic chemical products...are described in detail in this reference.

*18,000 trade name product entries ...are included in this easy-to-use directory. [...]
This two-volume set includes...Surfactants are broadly defined in this reference...[...]
The extensive information this reference contains is.../CH, 2/.*

(130) **An Application of Shape Memory Alloys in Medicine**

This publication highlights the development of memory metals... The first book of this type in the English language, The Application of Shape Memory Alloys in Medicine illustrates.../PC 1999/2000, 18/.

У ТА англomовних публікацій вживається широка парадигма слів-субститутів, які заміщують заголовок. Субституція заголовку здійснюється засобами прономіналізації (*it*), узагальнюючими словами із вказівними займенниками (*this guide, this reference, this two-volume set, this publication*), а також пояснювальними зворотами з елементами оцінки (*this easy-to-read directory, the first book of this type in the English language*).

Заміщення відбувається також шляхом використання перифразу. **Перифраз** (*periphrasis*) відноситься до метонімічної групи стилістичних фігур заміщення і являє собою заміну назви предмету/явища описуванням його найбільш суттєвих ознак [171:169]. Перифраз посилює образність мовлення, оскільки він не тільки називає предмет, але й характеризує його.

Перифраз у ТА виконує пояснювальну функцію – це використання більш широкого поняття для назви денотата. Особливістю функціонування перифразу в ТА є те, що він містить експресивно-оцінну лексику (див. приклади 131-133).

(131) *The most up-to-date and comprehensive reference to international organizations is here – the Yearbook of International Organization 1998/99 /YIO, 1/.*

(132) ***Dictionary of Islamic Architecture***

It will serve as an indispensable reference tool for all academics, students and researchers involved in the study of Islamic architecture and archeology. A useful addition to the reference library shelves... /RLR, 6/.

(133) ***Minds, Brains, Computers: The Foundations of Cognitive Science***

This book presents a vital resource – the most comprehensive interdisciplinary selection of seminal papers in the foundations of cognitive science, from leading figures in Artificial intelligence, Linguistics, Philosophy and Cognitive psychology /Ph, 26/.

Перифраз у ТА базується на логічному зв'язку з особливою рисою денотата та на прагненні надати денотату позитивної оцінки. Використання перифразу як художнього стилістичного засобу в ТА англomовних публікацій підвищує інформативність тексту і сприяє реалізації як інформативної, так і рекламної функцій ТА.

Імовірно навести градацію парадигми слів-субститутів від лексем з нейтральним значенням до лексичних груп з елементами позитивної оцінки (див. табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Частотність і варіативність субституції заголовку в текстах-анонсах

Вид субституту	Субститути з нейтральним значенням		Субститути з експресивно-оцінним значенням /перифраз/
	прономіналізація <i>it</i>	узагальнення his book this reference this publication these papers this best-seller, тощо	tremendous time-saving device this highly successful book the only text book covering the only source designed this valuable resource, тощо
Частотність використання	24,83%	68, 53%	72, 14%

Як свідчать результати підрахунку, периферійну зону займає вживання прономіналізатора (займенник *it* має найбільш нейтральне значення). Субститути заголовку з нейтральним значенням та субститути з експресивно-оцінним значенням /перифраз характеризуються майже однаковим рівнем використання в ТА англомовних публікацій, що пояснюється дихотомією прагматичної спрямованості даного типу текстів – на надання достовірної інформації, з одного боку, і на рекламування публікації, з іншого. Субститути з нейтральним значенням мають узагальнюючий, гіперонімічний характер; перифрази надають адитивну інформацію і слугують емоційно-експресивному впливу на адресата.

Субституція елементів топіку засобами прономіналізації, узагальнення та перифразування виступає як стереотипний мовний засіб у парадигмі текстів-анонсів, про що свідчать результати статистичного аналізу та кількісного методу обробки результатів. Субституція елементів топіку шляхом узагальнення та перифразування

має найбільшу частотність використання в ТА, що зумовлено прагматико-комунікативними характеристиками даного типу текстів.

2.3.2.6. Реалізація гіпонімічних та гіперонімічних відношень у текстах-анонсах. Тема тексту-анонсу та його ключові слова вступають у гіпо-гіперонімічні відношення, в яких тема виступає гіперонімом, а ключові слова – гіпонімами. Гіпонімія (від грецьк. *híró* – під, внизу і *onutā* – ім'я) взагалі визначається як одне з основних парадигматичних відношень у семантичному полі, ієрархічна організація елементів семантичного поля, що базується на родо-видових відношеннях [92:104]. Гіпонімія як родо-видове відношення являє собою включення семантично однорідних одиниць у відповідний клас найменувань. У зв'язку з цим, відношення між гіпонімами та гіперонімами можливо характеризувати як семантичний повтор, оскільки відбувається повтор семи, що відбиває родо-видові відносини між словами.

На відміну від синонімії гіпонімія визначається в термінах однобічної заміни (однобічної імплікації). Перехід у тексті від гіпероніма до гіпоніма, якщо вони співвідносяться з одним денотатом, пов'язаний з отриманням додаткової інформації про денотат/референта повідомлення. На основі гіпонімії взаємопов'язані лексичні одиниці послідовно поєднуються у тематичні та лексико-семантичні групи.

Як різновид гіпо- гіперонімічних відношень виступає партонімія (відношення частини й цілого). За визначенням М.В.Нікітіна, “відношення частина – ціле пронизують весь світ знизу доверху, від мікро- до макрокосмосу” [112:87]. Партитивні відношення характеризуються як імплікаційний аналог класифікаційної гіпонімії, але на відміну від гіпо- гіперонімії, партонімія будується на зв'язках і залежностях речей. У предметному плані партитивні відношення репрезентують відношення елемент – структура (система) й корелюють із системним характером мови.

У текстах-анонсах гіпонімія виступає облігаторним компонентом повідомлення. Перш за все це пояснюється насиченістю ТА термінологічними одиницями, які функціонують у ролі согіпонімів (елементів одного класу) у відношенні один до одного. Крім того, до поширення гіпонімії призводить загальна тенденція до

компресії інформації в рамках ТА – гіперонім у скомпресованому вигляді надає тему повідомлення, а гіпоніми виконують уточнюючу функцію.

У більшості випадків тематичний гіперонім презентується в заголовку ТА; потім інформація про референта конкретизується і доповнюється в перелікових ланцюжках основного КБ (див. приклади 134, 135). У гіпо-гіперонімічні відношення в ТА вступають слова одного тематичного ряду, отже відбувається імпліцитний повтор тематичної семи, що дає нам можливість характеризувати цей вид відношень як семантичний повтор.

(134) *A **Brief History of Western Philosophy***

In this lucid and masterful work, the eminent scholar Anthony Kenny offers an indispensable resource – the most concise and compelling story of the complete development of philosophy available. Spanning 2,500 years of thought, this superb volume provides essential coverage of the most influential philosophers of the Western world, including Socrates, Plato, Aristotle, Jesus, Augustine, Aquinas, Machiavelli, Descartes, Hobbes, Spinoza, Berkeley, Hume, Rousseau, Kant, Hegel, Marx, Nietzsche, Darwin, Freud, Frege, Russell, and Wittgenstein, amongst many others /Ph 2000, 2/.

(135) ***Encyclopedia of Tourism***

[...]

Coverage includes:

- *Country specific tourism profiles: Greece, Hungary, Japan, Kenya, Mexico, Peru, Singapore, South Africa*
- *Trends and patterns of tourism development and growth: community development, demography, ecologically suitable tourism, forecasting, zoning*
- *Tourism as an industry with many businesses: adventure tourism, business travel, convention bureaux, hospitality, marketing, public relations /RLR, 28/.*

Відношення частина – ціле репрезентовані в ТА в основному в межах перелікових конструкцій. Експліцитними маркерами даних відношень виступають лексичні одиниці (*including, include, such as*), а також знак двокрапки (див приклади 136-138).

(136) *The main branches of technology are highlighted: civil engineering, food and agriculture, communication, health and medicine, electronics and computers, manufacturing and materials and energy and transportation /NVTR, 91/.*

(137) *This lucid work emphasizes the application of principles to real world problems such as inflation; unemployment; development; and financial instability /RLR, 41/.*

(138) **Car Safety**

This comprehensive sourcebook brings together a wide range of essential information sources for anyone interested in any aspect of car safety. It includes guides to relevant organizations, standards, legislation, online databases, and current research. A particular feature of this sourcebook is a Europe-wide list of companies manufacturing safety products for cars, including airbags, anti-roll bars, safety belts and windscreens. It additionally provides a selected listing of the important technical literature of the past ten years, including full abstracts on topics such as air bags, child safety, crash dynamics, seat belts, and board diagnostic safety systems /PC 1999/2000, 46/.

Гіпо-гіперонімічні відношення виступають типовим засобом організації семантики текстів-анонсів. Презентуючи інформацію про структуру і зміст нової публікації, даний вид семантичних відношень сприяє логічності й чіткості надання інформації в текстах-анонсах.

2.3.2.7. Лексико-синтаксичний паралелізм. Різновидом повтору, який поєднує лексичний повтор і повтор синтаксичної структури, є **лексико-синтаксичний паралелізм** (ЛСП). ЛСП визначається як семантико-структурна єдність, яка складається мінімально з трьох компонентів, що характеризуються синтаксичною тотожністю та логіко-смісловою спільністю [135:135].

Виділяють повний та частковий ЛСП. **Повний паралелізм** представлений у вигляді рядів повністю тотожних синтаксичних структур. Повний паралелізм виступає стереотипним засобом організації викладу думки в наукових текстах і слугує експлікації основних форм наукового викладу – аргументації, пояснення,

міркування, зображення, доказування. Вживання ЛСП забезпечує регулярність, логічність викладу інформації в наукових текстах.

Повний паралелізм є одним із засобів текстової надмірності. Прагматична настанова ТА робить вживання повного паралелізму недоцільним, оскільки він гальмує прогресію і зменшує інформативність тексту. Це зумовлює низьку частотність використання повного ЛСП у ТА англомовних публікацій (у 2,49% досліджених текстів).

(139) Strengths of the Wellesley Index:

It gives evidence for the attribution of author

It lists for each author all their articles...

It shows the contents of.../RLR, 2/.

(140) Part One: explores the history of the discipline...

Part Two: explores how archeologists approach such themes as culture...

Part Three: takes a historical approach to the development of societies /RLR, 16/.

(141) Case studies and practical applications – showing you how others are successfully fighting corrosions.

Research papers – helping you stay abreast of the most interesting and strategically important research and development worldwide.

New materials methods, equipment and patents – keeping you informed about the latest entrants to the anti-corrosion market.

Industry news – updating you on developments in the industry.

Bookshelf – helping you decide which new publication to buy /SIFE, 10/.

У прикладах 139-141 вживання однотипних моделей речення, однаковий порядок слів та тотожна граматична наповненість супроводжуються лексичним повтором *it*, *explores*, *you*, суфіксальним повтором *showing* – *helping* – *keeping* – *updating*, що дає нам можливість визначити цей засіб як повний ЛСП.

Типовим для ТА є використання **часткового паралелізму**, який за своїми структурно-семантичними особливостями ми характеризуємо як частковий повтор синтаксичної структури речення/частини речення.

Вживання часткового ЛСП у ТА супроводжується повтором однієї частини мови – переліком. **Перелік** з мовної точки зору являє собою повтор однорідних синтаксичних одиниць – як окремих членів речення, так і словосполучень [171:144]. Перелік пов'язаний із наявністю однорідних членів, а також паралельних конструкцій.

Аналіз ряду ТА дає можливість стверджувати, що перелік є стереотипним мовним засобом у межах даного типу текстів, тому що він використовується в 96,6% текстів. Вживання часткового паралелізму для переліку тематик і розділів нової публікації є доцільним – за допомогою мовної форми виражається рівнозначність змісту окремих частин висловлення.

Перелік супроводжується повним лексичним повтором повнозначних і службових слів, паралелізмом побудови суміжних частин, морфологічною однотипністю перелічуваних елементів, однорідністю виконуваної ними синтаксичної функції (див. приклади 142, 143).

(142) The scope extends to:

Structural and mechanical design

Fluid dynamics and aerodynamics

Propulsion systems and fuels

Transmission and landing systems

Tribology, hydraulics and pneumatics /PIME, 7/.

(143) Other features include:

Approximately 100 illustrations per volume

An appendix that includes guidelines to reading legal citations...

A listing of U.S. Supreme Court justices throughout history

A cumulative general index in all volumes

A volume-specific alphabetic case list with cross-references within each volume and a volume-specific chronological index to cases /NVTR, 41/.

Елементи переліку, з одного боку, є морфологічним повтором (повтором однієї частини мови), з іншого боку, вони виступають як імпліцитно поданий семантичний повтор, оскільки належать до одного семантичного поля. Семантичне навантаження

переліку здійснюється в процесі репрезентації відношень між частиною і цілим. У наданих вище прикладах ціле виражається іменниками “*scope*”, “*features*” і співвідноситься із другою частиною переліку, де називаються складові частини цілого. Відношення частини і цілого визначаються наявністю імпліцитного повтору семи. Експліцитним маркером повтору семи виступає знак двокрапки.

Імпліцитний повтор функціонує, перш за все, у межах тематичних ланцюжків, де повторюється певна сема: у прикладі 142 імпліцитно повторюється сема “*aerospace*”; у ланцюжку *legal citations – U.S. Supreme Court justices – case list* (див. приклад 143) повторюються семи “*legal*”, “*court*”.

Перелік взагалі характеризується такими особливостями як кількісне накопичення інформації та зближення семантики перелічуваних одиниць. Кількісне накопичення веде до компресії інформації. Вживання семантично суміжних одиниць не призводить до інформативної стагнації, а навпаки, об’єм інформації збільшується в результаті появи нових смислів.

У ТА англomовних публікацій перелік часто супроводжується повтором сполучників – **полісиндетоном** (polysyndeton), експліцитним лексичним повтором, а також повтором імпліцитним. Перелік використовується в ОКБ для інформування реципієнта про структуру та зміст основного твору. Цей засіб також присутній в інтродуктивному КБ, де він в основному вживається для називання потенційного реципієнта публікації, яка презентується (див. приклади 144-146).

(144) *Recommended for both college and university libraries, public libraries, theological libraries, and anyone interested in ancient history /RLR, 17/.*

(145) *Engineering Computations is a highly regarded, fully refereed journal for research engineers, numerical analysts and software developers.../SIFE, 16/.*

(146) *This volume will, therefore, be extremely interesting and relevant to academics and engineers in the process, aeronautical, military, and power system industries /PC, 36/.*

Використання полісиндетичного зв’язку створює чіткий ритм висловлення (див. приклади 147-150). Ритм, у свою чергу, сприяє виникненню певної психологічної атмосфери, сприятливої для сприйняття інформації на підсвідомому рівні.

(147) *It contains papers on both theoretical and practical aspects of all types of civil and military aircraft and spacecraft and their support systems. The scope is wide, covering research, design, development, production, operation, servicing and repair, components and auxiliary equipment, safety and reliability /PIME, 7/.*

(148) *This book describes, and discusses, the technological aspects, and the theoretical basis, of high-efficiency deep grinding. The role of the machine settings and their influence on the operation is examined and identified /PC, 21/.*

(149) *Essential reading for researchers in academia and commercial research centers, lecturers and students concerned with sensors and academic and corporate libraries supporting the above.*

Also engineers and managers in a wide range of user industries such as mechanical, electrical and electronic engineering, food and pharmaceuticals and domestic appliance /AMT, 2/.

(150) *This integrated package including both a CD-ROM and support pack is designed to help teachers understand science concepts and teach them more effectively and its simple and user-friendly interface makes using technology easy /RLR, 27/.*

Полісиндетон є низькочастотним явищем у ТА, але цей мовний засіб виступає як ефективний у справі здійснення прагматичної мети тексту. Низька частотність використання полісиндетону пояснюється прагненням до збільшення текстової інформативності.

Таблиця 2.6

Частотність і варіативність повтору на лексико-синтаксичному рівні текстів-анонсів

Вид повтору	Загальна кількість текстів	Кількість текстів з використанням повтору	Процентне співвідношення
Простий лексичний повтор:	1646	1646	100%
контактний	1646	70	4,25%
дистантний	1646	1443	87,67%
наскрізний	1646	1646	100%
Повтор заголовку:	1646	1646	100%
повний	1646	634	38,81%
частковий	1646	236	14,34%
аббревіатурний	1646	368	22,38%

Вид повтору	Загальна кількість текстів	Кількість текстів з використанням повтору	Процентне співвідношення
Синонімічний повтор	1646	28	1,7%
Антонімічний повтор	1646	35	2,12%
Слова-субститути	1646	1228	74,6%
Перифрази	1646	1187	72,14%
Гіпо-гіперонімічні відношення тематичних слів	1646	1646	100%
Перелік	1646	1590	96,6%
Повний лексико-синтаксичний паралелізм	1646	41	2,49%
Частковий лексико-синтаксичний паралелізм	1646	1590	96,6%
Полісиндентон	1646	9	0,55%

Результати статистичного аналізу повторів на лексико-синтаксичному рівні ТА англomовних публікацій свідчать про різноманітність структурно-семантичних видів повторів на даному мовному рівні (див. табл. 2.6.). Найбільш частотними є наскрізний ПЛП, різні структурні типи повтору заголовку, вживання слів-субститутів і перифразів, гіпо-гіперонімічні відношення між тематичними словами, а також перелік, який з точки зору синтаксичної організації являє собою частковий лексико-синтаксичний паралелізм.

2.3.3. Ізоморфна сутність повторів на текстовому рівні. Системний підхід до аналізу мови потребує дослідження її елементів у процесі їх взаємодії, як складових частин комплексної структури. Функціонування повторів на текстовому рівні являє собою приклад реалізації системного характеру мовних явищ.

Під **текстовим рівнем** розуміється найвищий рівень тексту, якій поєднує в собі усі рівні мовної системи: фонетичний, морфологічний, лексичний і синтаксичний [156:145-146]. На текстовому рівні ТА спостерігається взаємодія різнорівневих повторів. Для дослідження взаємодії повторів різних мовних рівнів тексту може бути використане поняття ізоморфізму.

Ізоморфізм у широкому сенсі визначається як відповідність між об'єктами, що відображує тотожність їх структури. Ізоморфізм виступає як універсальне мовне явище, яке спостерігається не тільки в процесі порівняння різних мов, але й пронизує структуру однієї певної мови. В останньому випадку ізоморфізм визначається як однотипність структури конститутивних мовних одиниць різних рівнів, наслідком чого є однотипність відношень між цими одиницями на різних рівнях.

Явище ізоморфізму базується на структурній сутності мови. Іншими словами, елементи різних мовних рівнів корелюють між собою, утворюючи своєрідний каркас для функціонування мовлення.

Ізоморфним явищем є реалізація категорії рекурентності. Дослідники ізоморфної сутності повторів [48, 156] визначають, що повторність, як основне стилістичне явище, починається на лексичному рівні, поширюється на всі мовні рівні тексту і виступає як повторність морфологічна, синтаксична і ритміко-інтонаційна. У нашій роботі явище ізоморфізму розглядається на матеріалі функціонування КП в рамках текстів-анонсів, робляться висновки щодо впливу даного явища на прагматичну ефективність ТА.

Як ізоморфна сутність у ТА виступає морфемний повтор. У випадку кореневого повтору повторюється коренева морфема, її звукова форма і семантичне наповнення (див. приклади 151-152).

(151) ***Primary Science: Electricity and Magnetism***
Teacher's CD-Rom pack for Key stages 1&2

All primary teachers are required to teach science concepts and the use of IT as part of the National Curriculum. Many find these among the most difficult parts of their job – and few have any scientific or technical training. This integrated package including both a CD-Rom and support pack is designed to help teachers understand science concepts and to teach them more effectively.../RLR, 27/.

(152) ***Word business Ranking Annual***

Patterned after Gale's award-winning Business Ranking Annual, the new World Business Ranking Annual takes a look at business rankings world-wide. It provides

2,500 ranked lists, culled from U.S. and international periodicals, newspapers, financial services, directories and statistical resources. A top-ten list is provided for each ranking criteria, units of measure, the total number of items ranked and a complete biographic citation of the source /NVTR, 66/.

Кореневий повтор є засобом тематичної зв'язності тексту, тому його частотне використання є доцільним і прагматично обумовленим.

Ізоморфна сутність афіксального повтору репрезентована звуковим повтором, морфемним повтором та повтором форм граматичних категорій (морфологічний повтор). У межах афіксального повтору відбувається повтор словотвірної моделі (див. приклади 153-154).

(153) Education, Communication and Information is a major new journal dedicated to exploring the interaction of Education with Information and Communication Technologies (ICTs) /RLR, 45/.

(154) These enable a range of problems, which occur in practice, to be solved easily, quickly and reliably, either directly or by superimposing some of the load situations described /PC, 13/.

Афіксальний повтор є одним із засобів компресії інформації, яка здійснюється в даному випадку через використання стереотипного в межах ТА мовного засобу. Ізоморфний характер афіксального повтору сприяє підвищенню інформативності ТА і реалізації прагматичної ефективності даного типу текстів.

Ізоморфізм спостерігається в функціонуванні повторів на лексико-синтаксичному рівні, що актуалізується, перш за все, у функціонуванні лексико-синтаксичного паралелізму.

Повний ЛСП являє собою інтеграцію простого лексичного повтору і тотожної побудови синтаксичних одиниць. Повний ЛСП є одним із засобів семантичної надмірності повідомлення. У випадку використання повного ЛСП у ТА надмірність порушує конверсаційний постулат Кількості інформації і суперечить загальній тенденції до економії мовних засобів у ТА. Саме тому частотність використання повного ЛСП у ТА англomовних публікацій досить низька (складає всього 2,49%).

Частковий паралелізм виступає як тотожність синтаксичної будови висловлення і повтор його семантичного наповнення на імпліцитному та/або експліцитному рівнях. У даному випадку використання простого ЛП не є обов'язковим. Частковий ЛСП у ТА англomовних публікацій має такі семантично-структурні різновиди:

- 1) часткова тотожність синтаксичної будови + простий ЛП (приклад 155);
- 2) тотожність синтаксичної будови + імпліцитний повтор (повтор морфологічного значення, синонімічний повтор, слова одного тематичного ряду) – приклади 156, 157.

І в першому, і в другому випадку майже не зберігається повна тотожність синтаксичної конструкції. Частковий ЛСП є прагматично обумовленим засобом у межах ТА: він слугує чіткості та логічності надання інформації, з одного боку, і компресії інформації, з іншого. Це, в свою чергу, сприяє підвищенню інформативності тексту (див. приклади 155-157).

(155) It contains:

- *entries on gods and goddesses, giving evidence of their worship in temples, describing their 'character', as documented by the texts, and defining their roles within the body of mythological narratives*
- *synoptic entries on myths, giving the place of origin of main texts and a brief history of their transmission through the ages*
- *entries explaining the use of specialist terminology, for such things as categories of Sumerian texts or types of mythological figures*
- *chronological chart for ease of reference /RLR, 3/.*

(156) Covering every aspect including safety of design, construction, operation, and maintenance of machinery, this definitive reference: profiles what machinery is covered in the Directive; details how to affix the CE Marking; explains how to produce a technical file; tells you where to get advice; outlines your exposure to liability; explains who confirms compliance with the Directive /PC, 8/.

(157) Special features:

- *Combines both classical and modern Arabic literature in one work*
- *Includes diacritics*

- *Broad geographical scope includes Africa, Arabia, Egypt, Persia, Spain and Turkey*
- *Contains chronological tables of the dynasties /RLR, 3/.*

Характерним явищем для ТА англомовних публікацій є комплексне використання повторів. Так, у прикладі 1 взаємодіють простий ЛП (*entries, their, texts, mythological giving*), кореневий повтор (*gods – goddesses*), повтор граматичних форм (Participle I, форма множини іменників), а також повтор морфологічний (повторне вживання однієї частини мови в рядах переліку). У прикладах 156, 157 морфологічний повтор корелює з повтором граматичної форми, вживанням слів одного тематичного ряду (*profiles – details – explains – tells – outlines – explains; combines – includes – includes – contains*) та частковим синтаксичним паралелізмом.

Ізоморфний характер повторів яскраво виявляється в межах переліку (див. приклади 158, 159). Комплексний характер рядів переліку в ТА створюється в результаті одночасної дії декількох факторів: використанням часткових синтаксичних паралелізмів, лексичних повторів (як експліцитних, так і імпліцитних), повтору морфологічного (повтор частини мови) і граматичного значень.

(158) *Journal of Engineering Tribology (Part II)*

The scope includes:

- *Plain and rolling element bearings*
- *Hydrostatics and gas bearings*
- *Piston rings*
- *Gears and seals*
- *Cams and followers*
- *Condition monitoring*
- *Models of lubrication*
- *Lubrication technology*
- *Lubricant rheology and chemistry*
- *Wear and friction, particularly for lubricated conditions*
- *Contact mechanics*

- *Materials and coating*
- *High- and low-temperature, and other extreme environment, tribology /PIME, 10/.*
(159) ***Design of Composite Structures Against Fatigue: Applications to Wind Turbine Blades***

Complete contents: Fatigue considerations; Properties of aligned fibres; Influence of matrix and fabric; Influence of spectral loading; Effects of environment; Glass and Hybrid fibre performance; Fatigue properties of wood composites; Benchmark tests; Comparison of coupon and spar tests; Response of blade roots to high bending moments; Influence of moisture on GFRP bolted joints; Influence of complex loading on blade-root joints; Evaluation of T-bolt root attachment; Comparison of fatigue curves for glass composite laminates; Recommendations for good working practices, norms and standards /PC, 11/.

Перелік у межах ТА характеризується наявністю великої кількості елементів, використанням часткових паралельних конструкцій, а також тенденцією до експлікації семантичного наповнення лексичних одиниць. Це пояснюється високою термінологічною насиченістю ТА, а також прагненням до збільшення прагматичної ефективності текстів.

Таким чином, лексичний повтор у ТА переходить у повторність морфологічну, яка, в свою чергу, корелює із повтором синтаксичним, розростається до повтору архітектонічного і композиційного. Комплексне вживання повторів грає текстотвірну роль у межах текстів-анонсів, оскільки забезпечує їх функціонування як змістовно та структурно зв'язних спільностей. Функціонування повторів на текстовому рівні сприяє реалізації прагматичної настанови текстів-анонсів.

Висновки до другого розділу

1. Системний підхід до мови та мовних явищ, а також аналіз мови в єдності структурного та комунікативного аспектів становлять базу для широкого визначення **повтору як універсальної мовної категорії**. В основі повтору як

лінгвістичного явища лежить психологічний феномен репродукування знань і досвіду, який виступає засобом встановлення нових відношень стосовно референта повідомлення, а також мобілізує увагу, сприйняття та пам'ять реципієнта на адекватне розуміння повідомлення.

Онтологічна сутність будь-якого зв'язного тексту виявляється в його повторюваності. Категорія **рекурентності / повторюваності / повтору** виступає як одна з основних текстотвірних і текстоформлюючих категорій ТА.

2. Усі види повторів на різних текстових рівнях правомірно охарактеризувати як семантичний повтор, який може бути представлений експліцитно або імпліцитно. Під **семантичним повтором** ми розуміємо повторення як категоріальних, включаючи семантику граматичних категорій, так і лексичних семантичних компонентів. У поверхневій структурі ТА англомовних публікацій семантичний повтор представлений такими його різновидами: повтором граматичних форм; повтором кореневої, суфіксальної, префіксальної морфем; простим лексичним повтором; синонімічним повтором; антонімічним повтором; займенниковими замінами; вживанням слів-субститутів; перифразом елементів топіку; повторним вживанням однієї частини мови; гіпо- гіперонімічними відносинами між тематичними словами.

3. На основі аналізу структурно-семантичних і функціональних характеристик повтору в ТА англомовних публікацій ми можемо надати розгорнуте визначення повтору. **Повтор** – це рекурентна представленість семантичних компонентів глибинної структури тексту, яка експліцитно реалізується в повторенні одиниць різних рівнів та в повторенні морфологічних значень, і є засобом встановлення відношень стосовно референта повідомлення, мобілізації уваги, сприйняття, пам'яті реципієнта на адекватне розуміння інформації, а також засобом надання адитивної та емоційно-експресивної інформації.

4. Структурно-семантичні характеристики повтору в ТА англомовних публікацій мають свої особливості щодо їх частотності та варіативності. Найбільш часто в поверхневій структурі досліджуваних текстів представлені такі види повторів:

- простий лексичний повтор;

- повтор заголовку;
- перелік;
- суфіксальний повтор;
- вживання слів одного тематичного поля;
- повтор граматичної форми дієслова;
- вживання слів-субститутів і перифразів.

Аналіз всього матеріалу дослідження підтвердив гіпотетичне припущення про стереотипне вживання вищеназваних структурно-семантичних видів повторів у ТА англomовних публікацій, що зумовлено прагматичною спрямованістю цих текстів.

5. Функціонування повторів на текстовому рівні виступає як ізоморфне явище і являє собою приклад реалізації системного характеру мови. Ізоморфний характер повтору проявляється в тому, що лексичний повтор у ТА переходить в повторність морфологічну, яка, в свою чергу, корелює із повтором синтаксичним, розростається до повтору архітектонічного й композиційного. Комплексне вживання повторів грає текстотвірну роль у межах текстів-анонсів, оскільки забезпечує їх функціонування як змістовно та структурно зв'язних спільностей. Функціонування повторів на текстовому рівні сприяє реалізації прагматичної настанови текстів-анонсів.

РОЗДІЛ 3

ПОВТОР ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАГМАТИЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТЕКСТІВ-АНОНСІВ

У процесі дослідження проблематики категорії повтору в текстах-анонсах англomовних публікацій було встановлено існування взаємозв'язку між структурно-семантичними і функціональними характеристиками повтору та прагматичним навантаженням типу текстів, що знаходиться в сфері нашого аналізу. Характер відносин між прагматичною метою тексту і повторами визначається як двобічний і взаємообумовлений: прагматична мета ТА зумовлює вибір певного виду з парадигми повторів; певний вид повтору функціонально спрямований на підвищення прагматичної ефективності ТА.

У **прагматико-комунікативному аспекті** повтор розглядається нами, з одного боку, як один із засобів реалізації комунікативної інтенції продуцента в процесі текстотворення і, з іншого боку, як засіб здійснення комунікативної інтенції реципієнта на адекватне розуміння тексту. Прагматична настанова ТА визначає структурні, семантичні, частотні та функціональні параметри повтору (рис. 3.1).

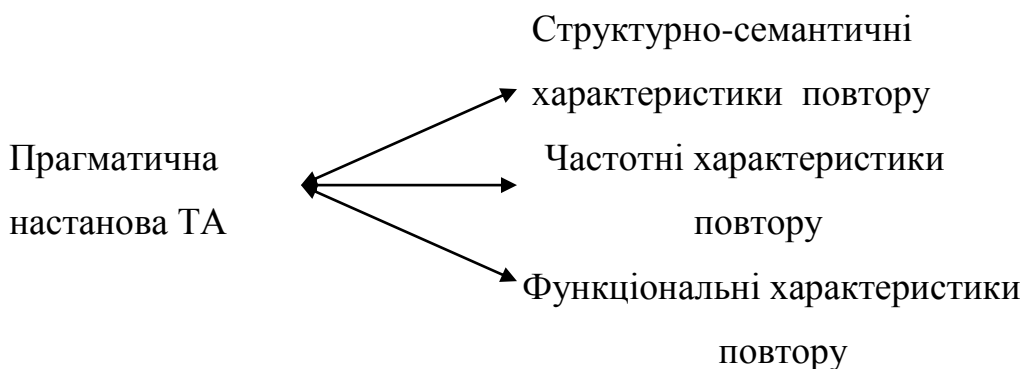


Рис. 3.1. Взаємообумовленість структурно-семантичних, частотних і функціональних характеристик повтору прагматичною настановою текстів-анонсів.

У третьому розділі дисертаційного дослідження наводяться результати аналізу впливу функціонування різнорівневих повторів на реалізацію прагматичної настанови ТА. В основі дослідження даного аспекту повтору лежить положення про

обумовленість вибору мовних засобів прагматичною метою конкретного тексту [88:74], а також твердження про те, що мовні одиниці певним чином прагматично орієнтовані [93:117].

Прагматична настанова тексту-анонсу як інформативно-рекламного типу текстів здійснюється у руслі таких функцій, як інформативна та рекламна (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Концептуальна модель тексту-анонсу в плані реалізації його функцій.

Слід обов'язково відзначити, що розмежування функцій ТА на інформативну і рекламну є умовним, оскільки вони здійснюються одночасно і корелюють одна з одною.

Аналіз ряду ТА показав, що **реалізація інформативної функції** відбувається за допомогою:

- засобів інтеграції тексту;
- засобів компресії інформації;
- засобів подання адитивної інформації про референта;
- засобів стереотипізації на різних мовних рівнях.

Настанова на рекламування, у свою чергу, здійснюється за допомогою вербальних і невербальних засобів. До вербальних засобів реалізації рекламної функції ми відносимо наявність оцінних і експресивних елементів у структурі ТА; невербальні засоби поєднують засоби графічного виділення інформативних блоків, дистрибуцію матеріалу на сторінці, наявність ілюстративного матеріалу і таке інше.

Реалізація інформативної та рекламної функцій ТА забезпечує комунікативність даного типу текстів, що є найважливішим моментом у процесі збільшення

ефективності даного акту комунікації, а також фактором реалізації прагматичної мети ТА – спонукання реципієнта до звернення до первинного тексту.

3.1. Функціональні характеристики повторів у текстах-анонсах

Функціональне навантаження повтору обумовлене його лінгво-психологічними характеристиками [166:165]. Повтор, як імпліцитний так і експліцитний, слугує зв'язуючим елементом у тексті. Використання повтору спрямоване на привернення уваги, на мобілізацію пам'яті реципієнта, що призводить до покращення сприйняття тексту. Деякі види повторів надають додаткову інформацію до характеристики референта, чим сприяють підвищенню інформативності текстів.

У дослідженні ми виділяємо такі функції повтору:

1. Інтегративна функція – забезпечення інтегративності тексту.
2. Номінативна/топікова функція – виділення ключових слів і тематичних понять.
3. Емфатична – емоційне та логічне посилення смислу висловлення.
4. Акумулятивна – акумуляція інформації, знань, досвіду.
5. Інформативна – подання актуальної інформації.

Шляхом аналізу функціонування повторів у ТА англomовних публікацій буде доведено, що реалізація сукупності функцій повторів сприяє здійсненню прагматичної настанови досліджуваного типу текстів.

3.1.1. Роль повтору в процесі забезпечення текстової інтегративності. Повтор неодноразово визначався лінгвістами як один із засобів забезпечення інтегративності тексту [18:105, 20:72, 53:23, 77:179, 117:75, 181:59].

Дослідники категорії інтегративності визначають, що інтеграція тексту здійснюється засобами всіх мовних рівнів. У нашому дослідженні ми ґрунтуємося на класифікації засобів смислового та формального зв'язку А.Коваленко, в якій відокремлені наступні групи засобів зв'язку: синтактико-граматичні, семантичні, логічні та прагматичні [77:175]. Треба відзначити, що логічні засоби зв'язку в різних

типах текстів неодноразово досліджувались лінгвістами і не виступають предметом спеціального аналізу в даному дисертаційному дослідженні.

Прагматичну єдність тексту ілюструють тексти, зміст яких спрямований на рішення однієї комунікативної задачі. **Прагматичні зв'язки**, які реалізуються на основі комунікативного наміру продуцента в процесі створення тексту, досліджуються нами шляхом аналізу тема-рематичних ланцюжків. Тема-рематичні ланцюжки являють собою експлікацію комунікативної цілісності тексту, яка характеризує текст з точки зору комунікативної взаємообумовленості його складових частин. Дослідження останніх десятиріч та розвиток актуального синтаксису дозволяють розглядати тему і рему як універсальні поняття семантико-сислової структури повідомлення [212:229]. Актуальне членування є засобом передачі комунікативного смислу повідомлення.

З точки зору розвитку зв'язного повідомлення тема і рема виступають якісно різними поняттями. Тема стабільна на період всього зв'язного повідомлення, більш того, сутністю зв'язного тексту є передача інформації про ідентичну тему з одного сегменту тексту в інший [24:260]. Тема речення виконує функцію зв'язку речення з текстом і з екстралінгвістичною ситуацією [197:30], а рух від відомого до невідомого полегшує реципієнтові розуміння інформації [80:112].

Комунікативна модель тексту, що будується на неодноразовому кореферентному повторі теми, визначається як модель з константною темою або монотемою [137:22]. Схематично комунікативна модель ТА може бути представлена таким чином:

$$T1 \rightarrow R1, T1 \rightarrow R2, T1 \rightarrow R3 \dots T1 \rightarrow Rn$$

Даний вид актуального членування речень є стереотипним для ТА англомовних публікацій. Логіко-семантичні відношення, що базуються на такому виді комунікативного членування висловлень у межах ТА, визначаються як відношення доповнення. При відношеннях доповнення кожне наступне речення доповнює або розвиває зміст попереднього (див. приклади 160, 161).

(160)

Periodical Title Abbreviations

The fully revised and expanded 11th edition decodes more than 145,000 different abbreviations for periodical titles and selected monographs in all fields. Nearly 15,000 new entries were added since the previous edition. Volume 1 lists, in a single alphabet, abbreviations commonly used for periodicals together with their full titles. Volume 2 is arranged alphabetically by periodical title, rather than by abbreviation. Volume 3 supplements the 11th edition by adding approximately 10,000 newly coined or newly found abbreviations /NVTR, 76/.

(161) ***Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers Cumulative Index 1986-1990***

The Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers comprises a multipart journal, a well established series of conference proceedings and a number of practical seminar proceedings. An Annual Index is of course supplied free of charge to all subscribers. The proceedings of the ImechE Cumulative Index will direct you to the best papers written by the best mechanical engineers in the world /PC, 39/.

Ядром тексту-анонсу виступає його заголовок, який презентує тему даного повідомлення і первинного тексту. Всі наступні речення тексту доповнюють і розвивають його ядро. Збереження ідентичності теми та її збагачення новими ознаками неминуче призводить до її повторного вживання, а кореферентність номінацій забезпечує зв'язність повідомлення. Таким чином, зміст теми тексту-анонсу розкривається в кореферентних номінаціях у результаті її повторення.

Комунікативна цілісність є характерною особливістю тексту, що забезпечує передачу комунікативного смислу повідомлення. Комунікативна цілісність тексту виступає базовим елементом для формально-структурної зв'язності та смислової цілісності тексту.

У межах парадигми досліджених ТА комунікативна цілісність реалізується шляхом кореферентної представленості теми повідомлення. Доповнення та розвиток теми відбувається за рахунок нових рематичних елементів, які в основному об'ємі прикладів містяться у другій половині речення. Семантичний повтор як текстотвірний фактор, являє собою появу смислових та/або категоріальних

сегментів попередніх речень у послідуючих і тому досліджується нами у зв'язку з аналізом комунікативної цілісності ТА.

На матеріалі повторів нами були розглянуті наступні засоби зв'язку в текстах-анонсах:

1. Синтактико-граматичні засоби зв'язку: єдність граматичного часу, аспектних і видових форм дієслів; синтаксичний повтор; повтор морфологічного значення.
2. Семантичні засоби зв'язку: всі види лексичного повтору; морфемний повтор; використання слів-субститутів, перифразів; гіпо- гіперонімічні відношення.

Серед **синтактико-граматичних засобів зв'язку** найбільш актуальним у межах нашого дослідження є єдність граматичного часу. Єдність граматичного часу ТА англомовних публікацій забезпечується повторним вживанням граматичних форм дієслова, що забезпечує формальну зв'язність речень у тексті (див. приклади 162, 163).

(162) *The importance that engineering design plays in the reduction of maintenance costs is well known. Improving Maintainability and Reliability through Design is a very thorough review of the entire design process from initial specification through to the detail design written from the perspective that good design is a pre-requisite to the development of cost effective products. The principles and practical methods described in the book are applicable to the process industries (including chemical, food, nuclear, steel) together with general manufacturing industry and consumer products. It deals with all types of activities undertaken in the design process .../PC, 28/.*

(163) *Some 750 alphabetically arranged entries provide insights into the exciting cultural and political developments within Spain, including the cultures of Catalonia, Galicia and the Basque country. Coverage spans from the end of the Civil War in 1939 to the present day, with emphasis on the changes made since the demise of the Franco dictatorship in 1975.*

Entries range from shorter, factual articles to longer overview essays which offer an in-depth treatment of major issues. Culture is defined in its broadest sense.../RLR, 30/.

Як свідчать результати аналізу ряду ТА, стереотипним засобом інтеграції тексту на синтактико-граматичному рівні є використання форм активного та пасивного станів простого теперішнього часу (приклади 162, 163). Цей засіб не тільки інтегрує окремі ТА, але й бере участь у створенні суцільної картини рекламування продукції того чи іншого видавництва, що здійснюється через рекламний каталог. Каталоги видавництв, таким чином, виступають як цілісний об'єкт презентації. Повторне вживання форм простого теперішнього часу створює фон для чіткого сприйняття реципієнтом актуальної інформації.

Поряд із формами Present Simple у забезпеченні формальної зв'язності ТА беруть участь інші дієслівні форми, якщо вони вживаються рекурентно на протязі цілого тексту (див. приклад 164) або абзацу (див. приклади 165, 166).

(164) The design of hydraulic machinery in general, and of centrifugal pumps in particular, has been, and still is, essentially empirical. One reason for this is the great variety of types, sizes, and uses of centrifugal pumps, resulting in a great multiplicity of design considerations. No procedure has yet been established to assist the designer in making appropriate reasoned choices. Now, however, utilizing a series of novel design criteria, The Interaction Between Geometry and Performance of a Centrifugal Pump presents a rational treatment of pump geometry ...Every effort has been made to rationalize the procedures by offering step-by-step computation sequences to permit the use of computers and CAD/CAM equipment. There is scope for considerable improvement in the field of hydraulic design, and The Interaction Between Geometry and Performance of a Centrifugal Pump shows where effort should be directed to transform what has to date been an art into an exciting science /PC, 29/.

(165) A detailed account of the studies into the new design philosophy is given and the numerical results of the computational model of this engine design model are analyzed. The unusual design of these piston engine units is theoretically modelled and their mechanical design is discussed in some detail /PC, 42/.

(166) The World War II: Almanac will prove students with the in-depth information they need to write reports and class assignments. World War II: Biographies will profile more than 30 men and women involved in World War II. World War II:

Primary Sources will allow students to study 35 speeches, diary entries, newspaper accounts and other material related to the war /NVTR, 93/.

Рекурентне вживання видо-часових форм дієслова діє в конвергенції з частковим повтором синтаксичного ладу речення і його лексичного наповнення. Прикладами синтаксичного повтору як засобу зв'язку в тексті виступають вживання паралельних конструкцій, переліків та повтор структурного типу речення/словосполучення. Вживання паралельних конструкцій слугує впорядкуванню логічних зв'язків та забезпеченню формально-структурної зв'язності тексту. Вимога до максимальної стислості текстів-анонсів веде до переваги часткового паралелізму над повним.

Перелік у тому вигляді, як він існує в ряді ТА, являє собою часткову паралельну конструкцію: відбувається повтор морфологічного значення, повтор моделі словосполучення (Adj + N; Adj + Gerund + N; Adj + Adj + N; N + Gerund та інш.), лексичний повтор. Даний засіб дозволяє забезпечити формально-структурну зв'язність текстового блоку в умовах економії простору і часу реципієнта. Крім того, вживання переліку акумулює знання реципієнта, надаючи в стислій формі найбільш актуальну для читача інформацію (див. приклади 167, 168).

(167) Coverage includes:

adhesives and sealants

curing and coatings

environmentally compliant coating systems and pigments

inks for food packaging

manufacturing machinery –reactors, mills mixing and dispersing equipment /SIFE, 24/.

(168) Contents include: The philosophy, principles and concepts of reliability engineering; Analysis of in-service reliability experience; A basic approach to reliability assessment for mechanical process systems; Techniques for process plant reliability assessment; Collection and processing of reliability data; Case studies /PC, 31/.

Якщо засоби синтактико-граматичного зв'язку забезпечують більше формально-структурну зв'язність тексту, то **засоби семантичного зв'язку** спрямовані на

здійснення смислової цілісності ТА. Важливим засобом смислової зв'язності ТА є використання простого лексичного повтору, про що свідчать результати аналізу частотності використання даного засобу. ПЛП вживався в 100% Та англомовних публікацій, які були проаналізовані нами, у тому числі в 95% текстів повторювалось більше ніж одна лексична одиниця.

Простий лексичний повтор є одним з найбільш експлікованих засобів зв'язку, використання якого обумовлено прагматичною настановою ТА. Зв'язок здійснюється як у межах одного речення, між реченнями, так і в межах цілого тексту (див. приклади 169, 170). Використання ПЛП у ТА англомовних публікацій має наскрізний характер, що виступає як одна з особливостей функціонування повторів у досліджуваному типі текстів.

(169) ***Offshore Loss Prevention – A Systematic Approach (BHR Group Publication1)***

This topical book looks at how the offshore industry can meet the challenge of implementing continuous and comprehensive safety assessment in a formalized and objective manner.

SUBJECTS COVERED INCLUDE: QRA; Structural risk assessment; Consequence analysis; Safety – prevention; Safety – control; Safety of personnel; Standards and acceptability criteria.

This book will be of particular interest to fire and safety engineers. It will also be of immense value to directors, economists, accountants, operators, designers, legislators, and researchers involved with the offshore industry /PC, 31/.

(170) ***American Business Locations Directory***

This unique resource provides information on more than 150,000 U.S. locations of the largest 1,000 industrial and service companies.

Entries contain name and address, senior officer at the location, the ultimate parent corporation, the number of employees at the site, sales volume at the site, SIC code and more. A fifth volume, arranged by parent company, serves as an index to all companies listed in the regional volumes /NVTR, 62/.

Важливим фактором текстової інтегративності в ТА виступає семантичний повтор заголовку, який здійснюється засобами простого лексичного повтору, прономіналізації, субституції та через перифраз. Аналізуючи інтегруючу функцію заголовку тексту-анонсу, ми прийшли до висновку, що найбільш актуальним засобом повторного введення теми повідомлення є повний або частковий повтор заголовку. Даний засіб виконує інтегруючу та номінативну функції й виступає як стереотипний у межах парадигми текстів-анонсів.

З метою підвищення інформативності ТА замість повного повтору заголовку часто вживаються частковий лексичний повтор, субститут, займенник, перифраз. Це є ефективним засобом утримання уваги реципієнта при зберіганні смислової цілісності тексту. Семантика субституту та перифразу, крім того, містить в собі адитивну інформацію до характеристики референта (див. приклади 171, 172).

(171) **Hispanic Market Handbook**

A guide to understanding, researching, and selling to Hispanic Americans, Hispanic Market Handbook provides background information, demographics and behavioral characteristics of major groups within the diverse market. Marketing professionals, advertisers and public relations personnel will find this reference an effective tool to reach the Hispanic American consumers.

The Handbook gives a detailed overview of the market – its history, culture, and use of Spanish and English media ...Current case studies and more than 200 useful charts and graphs are included in the volume.

The Handbook is by M.Isabel Valdes, the president of the Hispanic Marketing Connection and frequent lecturer on Hispanic marketing and by noted demographer Marta Seoane /NVTR, 63/.

(172) **Process Fan and Compressors Selection**

This IMechE Guide for the Process Industries is a vital source of information for all engineers who are involved in the specification, design, manufacture, selection and procurement of fans and compressors. Helpful to both non--specialists as well as more experienced engineers and managers, it provides a practical guide to the selection process. Process fans and compressors are widely used in many industries. Reflecting

this, the experience of plant users and designers, in hundreds of different situations, have been drawn upon in compiling this book.

Process fans and Compressors is ideal reference material for engineers, managers and designers in mechanical and chemical engineering ...

COMPLETE CONTENTS: ...

The units used throughout this guide are SI units /PC, 30/.

У прикладі 171 повтор заголовку відбувається за наступною схемою:

Заголовок

ІКБ	субститут – повний ЛП – субститут – перифраз
ОКБ	частковий ЛП – субститут
ЗКБ	частковий ЛП

Схема функціонування повтору заголовку в прикладі 172 має такий вигляд:

Заголовок

ІКБ	субститут – перифраз – займенник – перифраз – субститут
ОКБ	повний ЛП
ЗКБ	субститут

Повтор заголовку зустрічається в усіх текстових блоках крім блоків переліку. Найявність усіх видів повтору заголовку в одному тексті не є обов'язковим. Незважаючи на те, що моделі повтору заголовку різняться від тексту до тексту, засоби презентації та репрезентації теми повідомлення залишаються однаковими: простий лексичний повтор та семантичний повтор у вигляді субститутів і перифразів.

Поряд із лексичним повтором у забезпеченні текстової інтегративності бере участь морфемний, а саме кореневий повтор [163:335]. Кореневий повтор тематичних слів виконує інтегративну, номінативну та акумулятивну функції одночасно, оскільки через повтор теми повідомлення й акумуляцію знань реципієнта здійснює інтеграцію тексту (див. приклад 173).

(173) ***Fluid Sealing – Meeting Users' Needs (BHR Group Publication 26)***

[...]

CONTENTS INCLUDE: Increasing mechanical seals life with laser-textured seal faces; Laserface sealing technology: analysis and application; Some theoretical approaches to the performance of static seals; Leakage of static seals caused by dynamic working conditions – measurement and FEA results; Leakage from reciprocating hydraulic seals due to solid contamination; Hydraulic cylinder seal friction – comparison of two seal designs; ... The temperature field in the sealing zone of a rotary lip seal; A study on the sealing characteristics of lip seals with helical ribs.../PC, 35/.

Кореневий повтор вживається в 93,5% текстів-анонсів і, разом з простим лексичним повтором, належить до найбільш типових засобів семантичного зв'язку в ТА. Особливістю функціонування кореневого повтору і ПЛП як засобів семантичного зв'язку є експлікація тематичної семи, що виступає типовим для ТА прийомом надання інформації.

Дослідження інтегруючої ролі повторів у ТА буде неповним без надання конкретних прикладів комплексного функціонування повторів як зв'язуючих елементів. Для порівняння аналізуються нескорочені тексти з каталогів технічних (Professional Engineering Publishing) і гуманітарних (English Language and Linguistics) видань, а також видань популярної літератури (The Gale Group International Catalogue). Композиція досліджуваних текстів характеризується ідентичністю, але прагматично ці тексти спрямовані на різного адресата. Досліджувані тексти мають приблизно однакову кількість речень.

Повтори досліджуються на фоно-морфологічному та лексико-синтаксичному мовних рівнях; у поверхневій та глибинній структурах тексту. Аналізується роль повтору в забезпеченні як зв'язності в межах речення, між реченнями, так і загальної інтегративності тексту. Для впорядкування процедури аналізу кожне речення позначено цифрами; наприкінці надається висновок про функціонування повтору як інтегруючого елементу на текстовому рівні. Позначка (1) означає дослідження зв'язку в межах певного речення, позначка (1-2) – зв'язку між реченнями.

(174) **(1) Automotive Modeling and NVH Techniques and Solutions**

(2) *As both software capability and engineering understanding have advanced, the application of modeling techniques to the design and development of motor vehicles has increased.* (3) *The use of these techniques now forms an indispensable tool in the analysis of noise vehicle harshness (NVH) for both vehicle manufacturers and component suppliers.*

(4) *Automotive Modeling and NVH makes automotive engineers and managers aware of the current capabilities of the new methods which are now available.*

(5) *COMPLETE CONTENTS: Whole vehicle refinement; Modeling and correlation of driveline shudder; Application of acoustic modeling to the determination of acoustic panel contributions; Acoustic modeling of silencers; Advances in vibroacoustic modeling and applications to NVH; Finite element model updating – case studies; Modeling absorbent materials in acoustic prediction and diagnostics /PC, 44/.*

(1) – полісиндетон (*and*)

(1-2) – лексичний повтор (*modeling, techniques*)

(2) – повтор граматичної форми Present Perfect (*have advanced; has increased*)

(2-3) – субституція *modeling* на займенник *these* – семантичний повтор ключового слова; лексичні повтори (*techniques, vehicle*)

(1-3) – повторне вживання абревіатури *NVH* з експлікацією її значення; лексичний повтор (*techniques*)

(3) – лексичний повтор *vehicle*

(1-4) – частковий повтор заголовку

(3-4) – повтор граматичної форми Present Simple

(2-4) – морфемний повтор (*engineering – engineers*)

(4) – повтор граматичної форми Present Simple (*makes aware – are available*)

(1-2-3-4-5) – лексичні повтори (*vehicle, modeling, NVH*)

(5) – морфологічний та синтаксичний повтори в рамках переліку; лексичні повтори (*modeling, acoustic*); морфемний повтор (*model – modeling*)

Таким чином, загальна інтегративність даного тексту (у межах дослідження ролі повторів) забезпечується шляхом єдності граматичного часу, використання лексичного повтору ключових/тематичних слів, повторення заголовку тексту,

морфемного повтору. У забезпеченні зв'язності елементів речення беруть участь також полісинтетичний зв'язок та перелік.

(175) **(1) *An Introduction to the Celtic Languages***

(2) *This text provides a general introduction to the Celtic languages.* (3) *Beginning with an overview of the historical background of the language group as a whole, there follows a discussion of the two main sub-groups of Celtic: Goidelic, and Brittonic.* (4) *The book then considers a range of linguistic features which are often regarded as characteristic of Celtic: spelling system, mutations, verbal nouns and word order.* (5) *A comprehensive bibliography and index enable the reader to pursue areas of interest further.* (6) *Written in a clear and accessible style, with full use of tables and diagrams, the book represents an authoritative guide to the Celtic language /EL&L, 14/.*

(1-2) – субституція заголовку тексту (*this text*); лексичні повтори (*introduction, Celtic, languages*)

(2-3) – повтор граматичної форми Present Simple; лексичні повтори (*language, Celtic*)

(3) – морфемний повтор *group – sub-group*; семантичний повтор теми в межах дихотомії ціле : частина (*Celtic: Goidelic, Brittonic*)

(2-3-4) – субституція теми (*the book*); повтор граматичної форми Present Simple; лексичний повтор (*Celtic*); морфемний повтор (*language – linguistic*); семантичний повтор теми в межах дихотомії ціле : частина (*features: spelling systems, mutations, verbal nouns, word order*); морфологічний повтор в рамках переліку

(4-5) – повтор граматичної форми Present Simple; семантичний повтор теми у вигляді узагальнення *areas of interest*

(4-6) – лексичні повтори *the book, Celtic*

(1-2-3-4-5-6) – повтор граматичної форми Present Simple; лексичні повтори (*Celtic, language*); перифраз (*an authoritative guide*)

Таким чином, простий лексичний повтор ключових слів, субституція та перифраз теми, повтор граматичної форми простого теперішнього часу займають провідну позицію серед інших видів повторів у забезпеченні інтегративності тексту-анонсу, що був проаналізований.

(176)

(1) *Environmental Encyclopedia*

(2) *Consisting of nearly 1,300 signed articles and term definitions, the award-winning Encyclopedia provides in-depth, worldwide coverage. (3) Look for brand-new articles on:*

- *Atmospheric pollutants*
- *Defoliation*
- *Ecosystem management*
- *Gulf War Syndrome*
- *NAFTA*
- *And many more*

(4) *Each article is written in a nontechnical style and provides current status, analysis and suggests solutions whenever possible. (5) Where helpful, bibliographies are included as a guide to further reading. (6) Also features an historic chronology; an environmental legislation chronology (with public law numbers); textual cross-references; a general index; and nearly 250 maps, charts, tables and photographs* /NVTR, 51/.

(1-2) – частковий повтор заголовку

(2-3) – лексичний повтор (*articles*); семантичний повтор теми в переліковому ланцюжку

(3) – семантичний повтор в межах узагальнення (*articles*) і переліку

(2-3-4) – повтор граматичної форми Present Simple; лексичний повтор (*article*)

(4-5) – повтор дієслівної форми пасивного стану (*is written – are included*)

(1-5-6) – семантичний повтор теми в межах переліку; повтор граматичної форми Present Simple; лексичний повтор (*environmental*)

(6) – лексичний повтор (*chronology*); морфемний повтор (*legislation – law*); морфологічний та семантичний повтори в переліковому ланцюжку.

У наведеному вище прикладі загальна інтеграція тексту реалізується за допомогою різних лексичних повторів, семантичного повтору теми повідомлення, повторення граматичних дієслівних форм та часткового повтору заголовку тексту.

Аналіз ролі повторів у процесі реалізації інтегративності текстів-анонсів показав, що інтеграція ТА здійснюється за рахунок різних видів повторів, які входять до широкої парадигми синтактико-граматичних, семантичних та прагматичних засобів зв'язку. Вживання семантичних засобів зв'язку (простий лексичний повтор і семантичний повтор теми повідомлення), поруч із імпліцитним повтором категоріальних сем та морфологічних значень, забезпечують інтегративність ТА. Варіативність засобів зв'язку пояснюється властивостями ТА, які визначені прагматичною настановою даного типу текстів.

3.1.2. Роль повторів у забезпеченні максимальної інформативності текстів-анонсів. Інформативність ТА як вторинного типу текстів визначається мірою інтерпретації реципієнтом інформації про основний/первинний текст. Інформативність ТА реалізується в процесі надання змістовно-фактуальної інформації. Аналіз ряду ТА дає можливість стверджувати про існування чотирьох підвидів **змістовно-фактуальної інформації** в даному типі текстів, а саме:

1. Об'єктивна інформація повідомляє про первинний текст у формі дескриптивної кваліфікації. Це інформація про тему, структуру, зміст і актуальність нової публікації, що подається в стислій, чіткій формі.
2. Суб'єктивна інформація має коментуючий характер – рекомендації щодо використання даної публікації, що подаються у непрямій формі, а також суб'єктивна оцінка публікації, що має місце в блоці “цитовані відгуки”.
3. Експресивна інформація сигналізує про емоційно-оцінну реакцію і забезпечує передачу смислу зі збільшеною інтенсивністю – оцінні елементи, графічні засоби впливу.
4. Імперативна інформація має спонукальний характер – риторичні питання, умовні речення, стверджувальні речення типу *You can*.

Надання суб'єктивної, експресивної та імперативної видів інформації в умовах ТА тісно пов'язане з реалізацією рекламної функції даного типу текстів.

Слід відзначити, що для аналізу текстової інформативності важливим є визначення ступеню експлікації/імплікації мовних елементів, а також аналіз

інформації в єдності її семантичного і прагматичного компонентів. Такий підхід до аналізу інформації дає можливість визначити прагматичну ефективність повідомлення, яка визначається мірою корисності певного повідомлення для реципієнта. Експліцитність викладу, як характерна особливість ТА, призводить до полегшення процесу декодування текстової інформації.

Збільшення текстової інформативності відбувається у двох напрямках – екстенсивному та інтенсивному. До **екстенсивних** ми відносимо ті засоби, які збільшують інформативність шляхом кількісного накопичення об'єму інформації – це, перш за все синонімічні заміни, перифразування, субституція, тощо. **Інтенсивний напрямок** характеризується якісним накопиченням інформації, що відбувається не через появу нових значень, а через акумуляцію наявної інформації. Засобами інтенсифікації інформативності є текстова інтегративність, логічність і чіткість надання інформації, стереотипне використання мовних засобів, вживання тотожних синтаксичних конструкцій, а також простий лексичний повтор. Аналіз ряду ТА дає можливість стверджувати про перевагу інтенсивного напрямку підвищення текстової інформативності.

Результатом дослідження інформативності ТА є висновок про те, що підвищенню рівня інформативності текстів слугують такі фактори:

1. Чітка параметризованість реципієнта.
2. Стереотипність побудови ТА і використання стереотипних мовних засобів.
3. Компресія інформації.
4. Перевага експліцитних засобів надання інформації над імпліцитними [162:279].

Як відомо, інформативна значущість одиниці комунікації для реципієнта визначається об'ємом його лінгвістичних та енциклопедичних знань, а також його досвідом та знаннями в межах теми повідомлення. **Чітка параметризованість реципієнтів** кожного окремого тексту-анонсу дозволяє привертати увагу тих реципієнтів, для яких даний текст буде максимально інформативним. Засобами параметризації реципієнтів в рамках ТА є пряме/непряме звернення до реципієнта, а також перелік припустимих реципієнтів.

Перелік припустимих реципієнтів є стереотипним засобом привернення уваги читача в ТА, про що свідчать результати статистичного аналізу ряду текстів (з 1646 аналізованих текстів перелік реципієнтів вживається 1590 рази, що складає 96,6%).

(177) ***Guide to Information in Engineering Project Management***

[...]

In short, this exhaustive reference tool would prove invaluable not only to engineers and project managers, but also to consultants, students, information workers and librarians /PC, 38/.

(178) ***Journal of Materials: Design and Application (Part L)***

[...]

The audience is those with a particular interest in materials engineering research and with a desire to see appropriate application of the materials in an engineering context. The readership therefore includes mechanical engineers with an interest in materials and material researchers with an interest in the prospective application of their material. The mechanical engineering field covers those in industry, research and academe covering fundamental mechanics through to thermodynamics and fluid mechanics applications /PIME, 12/.

Меті параметризації реципієнтів також слугує вживання і повторення термінологічних одиниць у тексті (див. приклад 178), що спрямовано на привернення уваги певного прошарку читачів та утриманню їх уваги на темі ТА.

Підвищенню текстової інформативності сприяє стереотипна композиційна будова ТА і використання стереотипних мовних засобів. Серед останніх важливе місце займають повтори. Різні повтори використовуються з метою інтенсифікації інформативності тексту шляхом забезпечення перешкодостійкості повідомлення та надання адитивної інформації. У свою чергу, перешкодостійкість реалізується через створення семантичної надмірності в процесі дублювання окремих сем, що забезпечує надійність комунікації.

Лексичний повтор відноситься до стабільних текстових категорій, про що свідчать дані аналізу ряду ТА (див. табл. 2.5). Простий лексичний повтор слугує

засобом підвищення надмірності повідомлення. ПЛП притаманне частотне використання в тематичних ланцюжках ТА (див. приклади 179, 180).

(179) **Design Reuse –Engineering Design Conference’98**

This volume contains the papers presented at the Engineering Design Conference’98...Drawing on the diverse experience of different sectors of industry...this prestigious collection of papers examines the ways in which the expertise in design can be structured and reused to carry the design process forward /PC, 6/.

(180) *The Routledge Dictionary of Language and Linguistics is a unique reference work for students and teachers of linguistics ... In over 2,500 entries, the Dictionary provides an exhaustive survey of the key terminology and languages of more than 30 subdisciplines of linguistics /RLR, 32/.*

Стабільність теми ТА забезпечує логічну впорядкованість тексту і сприяє чіткій передачі змістовно-фактуальної інформації. Лексичний повтор на рівні теми забезпечує логічне виділення теми, яка надає нову, актуальну інформацію. Простий ЛП слугує фоном для нової інформації, що підсилює психологічний вплив на реципієнта (див. приклади 181, 182).

(181) *There are over 2,000 entries in the REP and each entry has been written to assist users in finding the information they require as easily as possible. There are three main types of entry:*

- *short ‘signpost’ entries*
- *thematic entries*
- *biographical entries /RLR, 7/.*

(182) **Train Maintenance**

COMPLETE CONTENTS: Service-driven maintenance; A new approach to improving maintenance; Service provision – maintenance by design; Reducing maintenance costs by purchasing reliable.../PC, 52/.

ПЛП вживається не тільки в тематичних ланцюжках, але й в заголовках (повний або частковий повтор), а також має місце в структурних парадигмах слів із спільною морфемою (див. приклади 183, 184).

(183) ***Jetting Technology (BHR Group Publication 32)***

CONTENTS INCLUDE: The waterjet as a tool; JETCUT – software for prediction of high-energy waterjet efficiency; Numerical analysis of pulsed jet formation by electric discharges in a nozzle; Deformation analysis of a high-pressure intensifier for jetting technology; Modelling the particle acceleration in suspension jet nozzle; Basic concept for the design of an oscillating jets nozzle; Study of the abrasive waterjet structure by measuring water and abrasive velocities separately.../PC, 36/.

(184) ***Designing Cost-Effective Composites***

[...]

CONTENTS INCLUDE: Composite design using damage mechanics methodology; Design codes for process plant vessels and piping; Designing for fatigue and environmental effects in polymer composites; Designing composites for durability in aqueous and corrosive environments; In-service performance of composite materials; Non-crimp fabric composites for cost-effective airworthiness performance in civil air transport.../PC, 41/.

Повтор заголовку має велику роль в організації текстової інформації, оскільки заголовок виступає інформаційним ядром тексту-анонсу – він попереджає процес декодування тексту, акумулює увагу реципієнта на певній темі.

Простий лексичний повтор має низьку інформативну значущість, але він бере участь у забезпеченні текстової інформативності, оскільки сприяє поверненню і утриманню уваги реципієнта на темі повідомлення, підвищенню логіки викладу. В умовах існування екстралінгвістичних перешкод на шляху сприйняття ТА, лексичні повтори надають реципієнту можливість визначити тему тексту з мінімальними затратами часу, вони виконують акцентуючу і акумулятивну функції.

Як показують результати нашого дослідження, важливим елементом забезпечення інформативності ТА є перелік. Перелік забезпечує семантичну надмірність висловлення, що проявляється в повторі як тематичної, так і категоріальної сем (приклад 185 – повторюється тематична сема “*environment*” і категоріальна сема “неістотність”; приклад 186 – тематична сема “*engineering in medicine*” і категоріальна сема “неістотність”).

(185) *Look for brand-new articles on:*

- *Atmospheric pollutants*
- *Defoliation*
- *Ecosystem management*
- *Gulf War Syndrome*
- *NAFTA*
- *And many more /NVTR, 51/.*

(186) *The scope extends to:*

- *Orthopaedics and biomechanics*
- *Biomaterials and stress analysis*
- *Synovial joints and biotribology*
- *Cartilage, bone, muscle and skin*
- *Prosthetics and orthotics*
- *Rehabilitation and aids for the disabled*
- *Cardiovascular systems*
- *Obstetric and gynaecology*
- *Anaesthetics and surgical instruments*
- *Dentistry and dental implants*
- *Optics and ophthalmology*
- *Lasers and medical imaging /PIME, 8/.*

Тексти-анонси характеризуються чітко встановленою дистрибуцією конструкцій переліку за комунікативними блоками. Переліки використовуються в основному та заключному КБ для називання припустимих референтів, тем та розділів нової публікації, а також для переліку особливостей даної публікації (приклад 187) і виконують акумулятивну, інтегративну та емпатичну функції водночас.

(187) *Covering every aspect including safety of design, construction, operation, and maintenance of machinery, this definitive reference: profiles what machinery is covered in the directive; details how to affix the CE Marking; explains how to produce*

a technical file; tells you where to get advice; outlines your exposure to liability; explains who confirms compliance with the Directive /PC, 8/.

Переліки в межах ТА слугують здійсненню компресії інформації і сприяють економії часового фактору, що в сукупності допомагає реалізації максимальної інформативності даного типу текстів.

Семантична надмірність, що реалізується за допомогою повторів (також і імпліцитних) створює позитивні умови для надання розширеної характеристики референтів. У процесі використання семантичних повторів об'єм інформації збільшується завдяки появі нових смислів для розширення семантичного різноманіття, що дає нам можливість характеризувати семантичні повтори як елементи з високою інформативною значущістю.

Для ТА показовим є вживання слів-субститутів і перифразів. Синонімічний повтор як засіб художнього мовлення характеризується низькою частотністю використання в ТА. Слова-субститути у функції гіпонімів слугують акумуляції інформації, з одного боку, і тематичній єдності тексту, з іншого, що сприяє підвищенню інформативності ТА (див. приклади 188-190).

(188) **Jewish Women in America**

Covering the arrival of the first Jewish woman in North America in 1654 to the present, this two volume set presents the most comprehensive and detailed portrait of American Jewish women... The encyclopedia provides...[...] This superb reference source is well-designed, well-written and perfectly illustrated /RLR, 24/.

(189) **Philosophies of History**

This is an important anthology charting the intellectual foundations of historical study over the past 200 years. The book introduces students to the critical developments in philosophy, literature and cultural studies which are increasingly being incorporated into historical study. This volume reveals the origins of contemporary trends in the discipline and relates wider philosophical reflections to the study of history itself /Ph 2000, 50/.

(190) **Metric Standards for Worldwide Manufacturing**

This book's comprehensive, easily referenced data can help companies tap into new markets and increase bottom line savings [...] This new second edition compares standards in the eight largest industrial countries of the world, which together produce the majority of the world's products. Providing worldwide preferred metric sizes for nuts, bolts, screws, steel rods, bars, I-beams, tubular steel and hundreds of other basic manufacturing materials, this book is a comprehensive shopping list.../PC, 81/.

Тематична субституція діє симультанно з перифразами, що мають характер пояснень і містять емоційно-експресивну лексику (див. приклади 191-193). Перифрази виступають як поліфункціональне явище: вони надають адитивну інформацію про референта (інформативна функція), слугують тематичній єдності тексту (інтегративна функція), здійснюють емоційний вплив на реципієнта (емфатична функція), надають позитивну оцінку референту (оцінна функція).

(191) ***Routledge Bilingual Specialist Dictionaries***

"This is a state-of-the art dictionary and the publisher is to be congratulated."-
Language International.

"An essential purchase for all departments engaged in international business."-
Goeff Lancaster, The Institute of Marketing /RLR, 37/.

(192) ***Encyclopedia of Associations: National Organizations of the U.S.***

An Associations Unlimited Reference

"A first choice for all libraries." – *Booklist /Reference Books Bulletin*

The only comprehensive source for detailed information on nearly 23,000 nonprofit American membership organizations of national scope, the 34th edition has nearly 500 newly added associations /NVTR, 74/.

(193) *Mind's Landscape is simultaneously an engaging introduction to the philosophical study of mind and an elegantly persuasive account of how best to understand the nature of mental phenomena /Ph 2000, 28/.*

Важливе місце в підвищенні текстової інформативності займає **стереотипна композиційна будова ТА**. Стереотипна будова текстів розглядається нами як реалізація категорії рекурентності / повторюваності в межах парадигми ТА. Повтор моделі тексту в межах одного каталогу надає реципієнту можливість зосереджувати

увагу безпосередньо на актуальній інформації. Реципієнт, знайомий зі структурою тексту-анонсу, має можливість осмислення найбільш вагомого для нього КБ.

Поряд із повтором композиційної моделі тексту в ТА спостерігається стереотипне використання мовних засобів на фоно-морфологічному та лексико-синтаксичному рівнях (іншими словами, повтор відбувається як у межах одного тексту, так і в текстовій парадигмі).

Аналіз текстової парадигми показав, що стереотипними засобами на фоно-морфологічному рівні ТА є використання форм Present Simple Active Voice, Present Simple Passive Voice, Present Perfect, Participle I, Participle II, Gerund, що призводить до повтору морфологічних значень та словотвірних моделей.

Як було вказано вище, форми простого теперішнього часу активного та пасивного станів утворюють граматичну домінують текстів-анонсів, тому стереотипність їх використання є закономірним явищем (див. приклади 194-197).

(194) ***World Literature Criticism***

This 2-vol. Supplement extends the coverage of World Literature Criticism, a 6-vol. Collection. The Supplement adds widely read authors who could not be included in the first volumes, and updates the set with additional 20th-century authors /NVTR, 18/.

(195) ***Drama Criticism***

Each annual volume of this resource enhances your users appreciation and enjoyment of the world's great plays by covering eight to 10 important dramatists. For each play or playwright featured, a full range of critical opinion is presented, along with a biographical sketch, a chronological list of the writer's major works and more /NVTR, 18/.

(196) ***Energy Saving in the Design and Operation Pumps***

Electrical power to operate pumps in the UK alone costs over \$1.4 million per annum. The total for the industrialized world is astronomical. Far too many pumps are bought on the basis of low capital cost, which will usually be greatly exceeded by the lifetime energy cost. The opportunities for saving energy and therefore total costs are considerable. The papers from this ImechE seminar address the issue /PC, 21/.

(197) ***Engineering for Profit from Waste V***

With the advent of the Landfill Tax and the growing realization that the landfilling of unprocessed wastes may pose environmental problems for future generations, there is considerable interest in alternative methods of waste disposal.

The proceedings of this fifth international conference identifies opportunities through current technologies, on-going research and development, and feedback from case studies /PC, 21/.

Стереотипне використання форм Participle I, Participle II та герундія призводить до повтору словотвірних моделей V-ing, V-ed. Висока частотність використання цих форм пояснюється загальними тенденціями словотворення в англійській мові, з одного боку, а також тенденцією до компресії інформації в ТА, з іншого. Компресія інформації в даному випадку виражається тим, що в стислій формі на мовному рівні виражається концепт, який на ментальному рівні має більш розгорнуту форму (див. приклади 198-200).

(198) Embraces the entire range of electronic “market” issues-covering not just transactions but also the wider process of information seeking and distribution negotiation, trust, risk-taking, customer relationship, buyers finding sellers, sellers finding customers, after-sale service and support /RLR, 45/.

(199) A powerful publication offering access to key engineering articles with multiple access via internet online access, CD-ROM and hard copy printed issues. Just over 150 journals, from the hundreds available, make it past our Accreditation Board, who scrutinize the holdings of the world’s best civil engineering libraries, ensuring the best journal articles are abstracted and made available to you – at your convenience /SIFE, 19/.

*(200) **Ageing Pipelines – Optimizing the Management and Operation***

The transaction of an IMechE conference dealing with ageing problems in both high and low pressure pipelines.

High Pressure: Many thousands of kilometers of high pressure pipelines installed worldwide, are now several decades old. Ensuring the continued integrity of this ageing asset, in an environment of increasing commercial pressures and, in many

cases, changing legislative requirements represents a significant managerial challenge for the pipeline operator /PC, 27/.

Аналіз парадигми ТА показав, що стереотипними засобами підвищення інформативності даного типу текстів на лексико-синтаксичному рівні виступають простий лексичний повтор; кореневий повтор ключових слів; лексичний повтор, субституція та перифразування заголовку; повтор моделі речення S – P – O; вживання перелікових конструкцій. Даний висновок ґрунтується на результатах статистичного дослідження текстів – перелічені вище види повтору мають місце в 100% ТА.

Висока частотність використання названих вище видів повторів у ТА підтверджує гіпотезу про **експліцитний характер** викладу інформації в досліджуваному типі текстів. Настанова ТА на надання актуальної інформації про тему та структуру нової публікації зумовлює тенденцію до використання вищеназваних видів повторів. Функціонування цих видів повторів призводить до підвищення рівня інформативності ТА, що сприяє реалізації прагматичної мети досліджуваного типу текстів у цілому.

Важливим засобом підвищення інформативності ТА виступає **компресія інформації**, що здійснюється через використання абревіатур, умовних скорочень, переліків, дієслівних форм Participle I, Participle II, перевагу номінативного стилю викладу інформації. Перелічені засоби компресії інформації були розглянуті в попередніх розділах даного дисертаційного дослідження.

У процесі дослідження міри інформативності текстів-анонсів ми прийшли до наступних висновків:

1. Умовою прагматичної ефективності ТА є надання достовірної актуальної інформації в обмежений проміжок часу. Максимальна інформативність є конститутивною особливістю даного типу текстів.
2. У межах парадигми ТА інформативна функція реалізується через засоби параметризації реципієнтів, компресії інформації, стереотипної будови та стереотипного використання мовних засобів, а також через засоби експліцитного надання інформації.

3. Найбільшою інформативною значущістю серед досліджуваних у ТА видів повторів характеризуються семантичні повтори, а саме слова-субститути та перифрази. Інші види повторів беруть участь у забезпеченні текстової інформативності через здійснення тематичної надмірності повідомлення.

3.1.3. Повтор як засіб актуалізації рекламної функції текстів-анонсів.

Рекламна функція текстів-анонсів носить вторинний після функції інформування характер. Умовою ефективності ТА є реклама нових публікацій шляхом презентації реципієнтові достовірної інформації про товар. Реклама здійснюється засобами створення позитивної атмосфери навколо нової публікації, що досягається за допомогою оцінних та емпатичних елементів.

У процесі нашого дослідження був зроблений висновок про те, що ефективності здійснення рекламної функції ТА сприяють такі фактори:

- 1) наявність цитованих відгуків, які створюють позитивну психологічну атмосферу навколо ПТ;
- 2) наявність оцінної лексики з позитивним забарвленням;
- 3) пряме і непряме звернення до реципієнта;
- 4) надання достовірної інформації про актуальність ПТ [162:281].

Важливим елементом у процесі реалізації настанови на рекламування є наявність позитивно забарвленого оцінного елементу, оскільки реклама товару безпосередньо пов'язана з наданням йому оцінки. **Оцінка** в ТА реалізується на фоно-морфологічному та лексико-синтаксичному рівнях за допомогою одноразового та повторного вживання одиниць лексичної зони позитивної оцінки. Повтор одиниці оцінки здійснює психологічний вплив на адресата, чим підвищує рівень реалізації рекламної функції і прагматичної настанови ТА.

Серед **емпатичних елементів**, що слугують приверненню та утриманню уваги адресата на повідомленні, чинне місце в ТА посідають графічні засоби виділення інформативних блоків, а також простий лексичний повтор, який слугує засобом інтенсифікації теми повідомлення..

Вживання оцінних елементів у межах цитованих відгуків на нову публікацію є стереотипним мовним засобом у ТА. Цитовані відгуки покликані привернути увагу реципієнта до певної публікації і наявність у них лексики з позитивно забарвленою семою є характерним явищем. Високою є частотність використання слів емоційної та раціональної оцінки: прикметників *essential, welcome, excellent, thorough, unique, comprehensive* та інш., словосполучень типу *highly/strongly/warmly recommended, widely used, especially magnificent, fairly indispensable*, що експлікують сему позитивної оцінки в поверхневому рівні ТА (див. приклади 201-203).

(201) “An excellent introduction to contemporary philosophy of language. I recommend it highly for teachers and advanced students in philosophy, linguistics and cognitive science. The book covers all the memorable highlights of recent philosophy language”. – *Australian Journal of Philosophy /Ph, 24/*.

(202) “These well-written entries contain a wealth of information... Excellent source of literary criticism for researchers and teachers.” – *VOYA /NVTR, 18/*.

(203) “The dictionary entries, preceded by an excellent introductory essay...are closely relevant and clearly presented. It is an absorbing book and one worthy of the attention of ...reference librarians.” – *Reference Reviews /RLR, 21/*.

Приклади свідчать про стереотипне вживання оцінної лексики в межах парадигми ТА – іншими словами, лексичний повтор функціонує в міжтекстовому просторі. Ізоморфний характер категорії повтору реалізується в повторі моделей словосполучень у парадигмі досліджуваних текстів. Так, вживання тотожних лексичних одиниць у цитованих відгуках у різних ТА веде до повтору таких моделей іменникових словосполучень: Adj + N (*useful compendium*); Adv + Part. II (*widely used*); Adv + Part. II + N (*reasonably priced collection*). У результаті, цитовані відгуки побудовані за схожими моделями, що полегшує їх сприйняття (див. приклади 204-206).

(204) “A valuable, comprehensive print resource for anyone interested in starting and growing a new business. A useful, single source of information on topics of specific relevance to small business owners and employees...” – *Business Information Alert /NVTR, 62/*.

(205) “...an extremely valuable piece of work for any student scholar and researcher interested in the huge fields of discourse analysis and critical discourse analysis.” – *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching /EL&L, 7/.*

(206) “A useful addition to any social sciences research collection.” – *Reference Book Bulletin /RLR, 24/.*

Аналіз ряду цитованих відгуків з парадигми ТА свідчить про високу ступінь насиченості даного текстового блоку лексикою з позитивним оцінним значенням. У наведених вище прикладах сема позитивної оцінки експлікується за допомогою прикметників (*valuable, comprehensive, useful*), інтенсифікаторів смислу (*extremely, huge*), неозначених займенників (*any, anyone*). Позитивно забарвлені лексичні одиниці вживаються як у перелікових ланцюжках, при цьому відбувається морфологічний і синтаксичний повтор, так і дистантно в межах всього відгуку (див. приклади 207-210).

(207) “This is an excellent introduction to contemporary issues in the metaphysics of mind, covering all the major twentieth century theories of mind and most of the questions and arguments that have occupied us for the past few decades. It is clearly and engagingly written, full of illuminating examples, wise warnings, and provocative arguments.” – *William G. Lycan, University of North Carolina /Ph, 29/.*

(208) “This is a very fine, well-written and authoritative overview of the history of mathematics. It can be thoroughly recommended as a standard work in its field.” – *The Year in Reference /RLR, 20/.*

(209) “This book will undoubtedly become one of those that finds itself on any number of reading lists...it does its job extremely efficiently, being thorough, well-presented, easily understood and convincingly argued. It is overall a very useful book.” – *Journal of Sociolinguistics /EL&L, 9/.*

(210) “The set’s major strength is its inclusion of many women and minorities not ordinarily found in such collections. An out-standing reference work...carefully planned, written indexed, and handsomely produced. With its multicultural focus, it is certain to find favor with students, teachers, and librarians seeking reliable

information about prominent political figures of any time, place, sex, or colour.” – Library Journal /NVTR, 28/.

Експлікація семи позитивної оцінки здійснюється також за допомогою вживання прикметників різних ступенів порівняння (див. приклади 211-214). Цей засіб здійснює психологічний вплив на реципієнта, переконуючи його в надзвичайності публікації, що рекламується, і тим самим спонукає реципієнта до придбання товару.

(211) *“Provides greater detail than other reference sources. Recommended.” – CHOICE /NVTR, 23/.*

(212) *“The finest aesthetics anthology available. Cooper has boiled his selections down to the truly classic writings, visionary and formative, and provided crisp insightful introductions.” – Nicholas Wolterstorff, Yale University /Ph, 18/.*

(213) *“Dr. Lacey’s very useful book manages to present the most awesomely complex concepts of philosophy with wonderful lucidity.” – Times Educational Supplement /RLR, 9/.*

(214) *“This delightful new book...is provocative in the best sense of the term and will without doubt prove useful in the classroom.” – Multilingua (of the first edition) /EL&L, 9/.*

Позитивну атмосферу навколо нової публікації створюють тематичні перифрази, які в межах цитованих відгуків мають більш емоційний характер, порівняно з перифразами в основному блоці ТА, що мають характер пояснень. Емоційність досягається за допомогою експлікації позитивної оцінної семи і спрямована на здійснення психологічного впливу на реципієнта (див. приклади 215-217).

(215) *“Harried librarians and multiculturalists will welcome this attractive activity-action guide. Highly recommended for all libraries.” – CHOICE /NVTR, 33/.*

(216) *“A first-rate piece of meticulous scholarship.” – Folklore /RLR, 5/.*

(217) *“The range of topics covered in this book will make it relevant to anyone interested in the history of English syntax in general, and the solid scholarship behind the observations made makes it an excellent starting point for any investigation.” – Diachronica /EL&L, 15/.*

Через перифрази реалізується повтор теми повідомлення. Оцінні та емфатичні елементи в перифразах впливають на емоційний стан реципієнта, чим здійснюється настанова на рекламування нової публікації.

Використання простого лексичного повтору в межах цитованих відгуків має низьку частотність, але є дієвим засобом психологічного впливу на реципієнта. Повтор лексичної одиниці слугує засобом інтенсифікації смислу і виступає емфатичним елементом тексту. У здійсненні рекламної функції беруть участь як контактні (див. приклади 218, 219), так і дистантні ПЛП (див. приклади 220, 221).

(218) *“If you need a guide to very recent mysteries, this book is for you.” – Library Journal /NVTR, 22/.*

(219) *“Definitely well done and recommended for libraries that need an up-to-date science encyclopedia at a good, all-round level and a good price.” – Library Journal /NVTR, 50/.*

(220) *“It’s so good...Non-western philosophies are given a lot of room, and this is one of the best things about the REP, not only because comprehensiveness is good in itself, but because philosophers badly need to know more about the rest of the world.” – Financial Times /RLR, 7/.*

(221) *“...admirably clear and detailed...All in all, the book is a clear, simple introduction to a big and complex subject and should prove very useful.” – EFL Gazette /EL&L, 5/.*

Низька частотність вживання простого ЛП пояснюється малим обсягом блоку “цитовані відгуки” та загальними вимогами до компресії інформації в межах ТА. Як визначалось вище, простий ЛП має низьку інформативну значущість, що призводить до зниження частотності його використання в межах блоку “цитовані відгуки”.

У деяких випадках різні види повторів діють симультанно, що підвищує ступінь їх впливу на комунікативність тексту. Комплексне використання простого лексичного, синтаксичного, морфологічного та семантичного повторів створює певний ритм висловлення і тим самим покращує сприйняття інформації (див. приклади 222-224).

(222) “Occasionally one comes across a book that is at once compelling and frightening, a book that excites and disorientates, a book with intimations of the sublime. **Art in Theory** is such a book. An indispensable source book.” – *Arlis News-Sheet /Ph 2000, 18/*.

(223) “It is brilliant, brilliant, brilliant. I find myself reading it for fun and enjoyment, using it as an encyclopedia reference, citing it as the final work on several key interpretations of various philosopher’s positions, and searching for new nuggets of wisdom...” – *John Shosky, The Bertrand Russell Society /Ph 2000, 53/*.

(224) “All the volumes in this series are produced and edited to the highest standards. Each volume and each section has its own detailed, informative introduction. Each item reprinted is clearly labeled and sourced and reproduced in facsimile in plates as well as in transcription. Each volume contains thorough bibliographies and complete indexes, all elegantly printed and produced...” – *Philosophy and Religion /RLR, 11/*.

Правила функціонування повторів як емпатичних елементів виявляються дієвими не тільки в межах блоку “цитовані відгуки”, але й в цілому тексті. Особливо ефективним засобом рекламування серед повторів є перифраз теми повідомлення з експлікацією семи оцінки (див. приклади 225-228).

(225) **Guide to Information in Engineering Project Management**

[...] This unique, timely guide is specifically designed to save hours of expensive and fruitless searching by bringing together in one attractive volume details of a wide range of these essential information sources.

[...] In short, this exhaustive reference tool would prove invaluable not only to engineers and project managers, but also to consultants, students, information workers and librarians /PC, 38/.

(226) **Women in their Speech Communities**

This collection of specially commissioned essays explores the different aspects of women’s language within the United Kingdom, and critically examines the main theoretical issues that have arisen in language and gender research since the 1970s /EL&L, 9/.

(227) **U.S. Industry Profiles**

The essential companion to Encyclopedia of American Industries, The new 2nd edition of U.S. Industry Profiles provides profiles analyzing some of America's most lucrative industries.../NVTR, 58/.

(228) **Companion Encyclopedia of Archeology**

This comprehensive, fully illustrated Companion answers the need for an in-depth archeology reference that provides authoritative coverage of this complex and interdisciplinary field /RLR, 16/.

Ступінь експлікації оцінки в перифразах за межами блоку “цитовані відгуки” значно нижча; ці перифрази містять пояснення і ставлять за мету вплинути не на психічний стан реципієнта, а на його свідомість. Відсутність емоційно-експресивного елементу в перифразах основного блоку має позитивне значення для даного виду текстів, оскільки слугує загальній чіткості, правдивості, логічності надання інформації, що наближає ці тексти до наукового стилю мовлення.

Максимально результативним засобом реклами є частотний повтор семи позитивної оцінки в межах всього тексту, прикладом чому слугують майже всі ТА з проаналізованої парадигми (див. приклади 229-231).

(229) **Discriminant Analysis in Spectroscopy**

Discriminant analysis is the generic name given to statistical techniques used to analyze a large amount of experimental data. Much cheaper than larger chemometrics packages currently available, this package includes the software Win-Das which was developed by the author to analyze spectroscopic data and is already being used successfully in several chemistry departments. Accompanying the software is a two part book which introduces the reader to techniques and provides a users' guide to the software. This is the first discriminant analysis software package focused on spectroscopy and is extremely user friendly, professional and fast /ACU, 3/.

(230) **Western Philosophy**

An Anthology

From Plato and Aristotle to the leading philosophers of today, Western Philosophy: An Anthology provides the most comprehensive and authoritative survey of the Western philosophy traditions.

In 100 substantial and carefully chosen extracts from the great philosophers, the volume covers all the main branches of philosophy, including theory of knowledge and metaphysics, philosophy (theoretical and applied), political theory and aesthetics. Chronologically and thematically arranged, the readings are introduced and linked together by a lucid philosophical commentary which guides the reader through the key arguments and concepts /Ph 2000, 3/.

(231)

Metaphysics

This volume provides a vital student resource: a collection of the essential classic and contemporary readings in metaphysics.

Metaphysics originates in attempts to answer some of the most puzzling questions about the world and our place in it. How are the appearances of things related to the things that appear? What is the nature of space and time? How do things persist through changes of parts and properties? How do causes bring about their effects? What is the relation between mind and body? Is it possible for us to act freely? Is there just one world? Why is there a world at all? Could there be an answer to this question? If so, must the answer appeal to the action of a necessary being? The anthology consists of a wide range of answers to these questions /Ph 2000, 19/.

Інтенсивне вживання лексики з елементами позитивної оцінки створює сприятливу атмосферу навколо публікації, що рекламується. Наскрізні прості лексичні повтори і кореневі повтори ключових слів, хоча і не експлікують позитивну оцінку, але доповнюють загальну картину чіткістю подання інформації та однозначністю тлумачення повідомлення. Загальна картина доповнюється вживанням таких емпатичних засобів як питальні речення, а також графічним оформленням тексту.

Використання контактного ПЛП як емпатичного елемента характеризується низькою частотністю в парадигмі ТА, оскільки даний засіб впливу притаманний більше художньому та розмовному мовленню і не є типовим для наукового стилю. Приклади вживання контактного ПЛП ілюструють прагнення адресанта ТА акцентувати певну лексему і створити атмосферу психологічного впливу на читача, що притаманно досліджуваному типу текстів (див. приклади 232-234).

(232) *The aluminium producers and car manufacturers have worked together to narrow the cost gap by improving alloy performance, improving design, improving techniques of casting, joining and surface treatment /PC, 43/.*

(233) *It also contributes to literary studies by proposing a new theoretical account of literariness in terms of mental representations and mental processes /S 2000, 10/.*

(234) *It is now recognized that the hydraulic fluid power industry is approaching maturity and that it is facing new challenges in consolidating its position to retain its market share, and in developing both new technologies and new applications of existing technologies /PC, 31/.*

Використання контактного ПЛП носить факультативний характер і навмисно вживається адресантом для емпатичного виділення теми повідомлення. Акцентуюча функція контактного ПЛП корелює з оцінною функцією, оскільки абсолютна рекуренція тематичної лексеми в межах одного речення надає їй позитивної оцінки.

Ефективним засобом впливу на читача також є дистантний ПЛП, який використовується в блоці “перелік адресатів” поруч з інтенсифікаторами позитивної семи (див. приклад 235).

(235) *Management of Fire and Explosions is essential reading for all those who wish to be well informed of developments and advances in this important field of engineering. These IMechE conference transactions can be highly recommended to all those with responsibility for risk and safety /PC, 29/.*

В деяких ТА поруч із простим ЛП також вживається повтор інтенсифікуючої морфеми, що посилює психологічний вплив на адресата:

(236) *This definitive resource provides essays on the most-representative and most-studied literary characters from international contemporary writers. Characters in 20th-Century Literature Book I features more than 1,000 fictional characters from the works of 300 writers. Book II covers characters from more than 300 works of 130 writers /NVTR, 23/.*

Тавтологічний повтор лексеми *more* має облігаторний характер у наданому вище прикладі і несе позитивне навантаження в плані забезпечення лексичної

надмірності повідомлення. Комплексне вживання повторів на різних текстових рівнях слугує інтенсифікації психологічного впливу на реципієнта.

Чинне місце серед засобів емоційного впливу на реципієнта посідає лексичний повтор займенника 2-ї особи однини, що функціонує як контактено (див. приклад 218), так і дистантно (див. приклади 237, 238).

(237) Gardner's Digital Handbook is a platform independent application that allows you to search across the entire Gardner's Database for information you need [...] A powerful search engine allows you to search on multiple fields, and you can refine your search by searching again within those results /GDH, 5/.

(238) Are you able to make informed decisions based upon the latest management concepts and best practice? [...] Your key to success... Here is why you can rely on Anbar Management Intelligence! [...] Anbar Management Intelligence keeps you informed – FAST. Philip Kotler and the Accreditation Board of world leading academics and chief executives define which journals you need to read /AMI, 1/.

Використання займенника 2-ї особи однини слугує засобом інтимізації процесу комунікації: шляхом використання звернення *you* адресант ТА встановлює прямий контакт з адресатом. Повтор займенника *you* та його дериватів на протязі тексту підсилює психологічний вплив на адресата.

Ефективним засобом привернення уваги реципієнта є повтор структурного типу речення (синтаксичний повтор). Вживання оповідного двоскладного типу речення є нормативним засобом синтаксичної організації інформації в ТА, але даний засіб не несе рекламного навантаження.

Як емоційно-емфатичний засіб у межах ТА використовується повторне вживання питального типу речення. Питальне речення, як нетиповий для ТА засіб організації інформації, змушує реципієнта утримати свою увагу на темі повідомлення, що є першим етапом на шляху реалізації рекламної функції. Часто після низки питальних речень вживається кличне речення або речення у стверджувальній формі, що слугує додатковим емоційно-експресивним засобом і підсилює психологічний вплив на читача (див. приклади 239-242).

(239) Computer Abstracts

How can anyone keep on top of the big issues emerging in computer science?

When a field moves as quickly as computer science, how can any-one keep abreast of all the important developments? Is it really possible to present or publish a paper and feel secure that key contemporary thinking and practice is covered? In Computer Abstracts, our international clients believe they have found the answers! /CA, 2/.

(240)

Science & Technology Firsts

When was the first spacewalk? How did television come to be invented? What events led to the harnessing of the atom? These and thousands of other science-related questions are answered in Science & Technology Firsts, a comprehensive source for information about major events in the history of science and technology /NVTR, 50/.

(241)

The New Comparative Syntax

What constitutes the grammar of a language? How does one language differ from the next? Comparing the characteristics of different languages remains a key topic in undergraduate and advanced linguistics /EL&L, 15/.

(242)

The Organizing Property of Communication

What is an organization? What are the building blocks that ultimately constitute this social form, so pervasive in our daily life? [...] This book brings an original answer by mobilizing concepts traditionally reserved to linguistics, analytical philosophy and semiotics /S 2000, 13/.

Повтор питального типу речення, хоча і не є високочастотним (частотність його вживання в парадигмі ТА становить 11%), зустрічається в усіх структурних різновидах текстів-анонсів англомовних публікацій, тому можна зробити висновок про стереотипне використання даного емоційно-емфатичного засобу для рекламування публікацій.

У результаті аналізу всього ілюстративного матеріалу був зроблений висновок про те, що найбільш дієвим засобом привернення і утримання уваги реципієнта, а отже рекламування публікації, є поєднання тематичного повтору (як експліцитного, так і імпліцитного) з графічними засобами виділення інформації (див. додатки А, Б, В, Д, Е). У будь-якому з проаналізованих ТА графічно виділені наступні інформаційні блоки:

- цитовані відгуки (жирний шрифт, курсив)
- перелік тем/частин публікації (нумерація, маркування, шрифт іншого розміру)
- повтор (повний або частковий) заголовку тексту (курсив, жирний шрифт).

Нетипова графічна організація матеріалу здійснює вплив на свідомість реципієнта через візуальний канал сприйняття, що доповнює вплив з боку семантичного (експлікованого або неексплікованого) повторення теми та позитивно забарвленої оцінки. Для ілюстрації даного твердження нижче надається текст у повному об'ємі з дотриманням особливостей графічного оформлення (див. приклад 243).

(243)

Contemporary Linguistics *An Introduction*

EDITED BY WILLIAM O'GRADY
University of Hawaii, Manoa
MICHAEL DOBROVOLSKY
University of Calgary
FRANCIS KATAMBA
Lancaster University

“The material is set out in a highly structured, modular, form so is easy to use as a student’s reference book as well as an introduction to linguistics, ranging from simple definitions to advanced conceptualizations.”

Language Today

A comprehensive, up-to-date introduction to current linguistics. Coverage includes the structure of language, how it functions both socially and culturally, and how it is acquired and processed by speakers. All the core topics of linguistics are covered: phonetics, phonology, morphology, syntax, grammar relationships, typology and historical linguistics. Adapted from the Canadian edition of O’Grady and Dobrovolsky: **Contemporary Linguistic Analysis: An Introduction**, this new UK edition has been fully revised with appropriate UK and international phonetic and sociolinguistic material.

FEATURES

- Comprehensive and up-to-date.
- Extensive use of exercises throughout text.
- End-of- chapter summaries
- Full technical glossary.
- Sub-divided text aids learning
- Appendices provide helpful hints for solving analytical problems

CONTENTS: 1. Language: a preview, 2. Phonetics: the sound of language, 3. Phonology: the function and patterning of sounds, 4. Morphology: the analysis of word structure, 5. Syntax: the analysis of sentence structure, 6. Interfaces, 7. Semantics: the analysis of meaning, 8. Historical linguistics: the study of language change, 9. The classification of languages, 10. Brain and language, 11. Psycholinguistics: the study of language processing, 12. Language Acquisition: the emergence of a grammar, 13. Second language acquisition, 14. Language in social context, 15. Writing and language, 16. Animal communication, 17. Computational linguistics. Glossary and Index. Bibliography.

LEARNING ABOUT LANGUAGE SERIES

1997 776pp 0-582-24691-1 Pbk

- LONGMAN

/EL&L, 2/

Оформлення композиційних блоків шрифтом різних розмірів, нетипова графічна презентація блоків “цитовані відгуки”, “перелік характеристик та розділів публікації”, графічне виділення теми тексту в наведеному прикладі спонукають реципієнта до утримання уваги на тексті, до більш уважного сприйняття інформації певних блоків. Рекламна функція в даному випадку реалізується через спільне функціонування графічних засобів, які привертають увагу читача, та оцінних і емоційно-емфатичних елементів, які надають позитивну оцінку і створюють сприятливу атмосферу для сприйняття ТА.

Рекламна функція в ТА реалізується комплексом заходів, серед яких значне місце посідають графічні засоби привернення та утримання уваги, а також багаторазова рекурсія позитивної та/або тематичної теми. Виключно ефективним засобом реалізації настанови на рекламування є комплексне використання повторів на різних текстових рівнях. Аналіз парадигми ТА показав, що комплексне вживання повторів є факультативним заходом, який спрямований на реалізацію комунікативної настанови адресанта тексту на здійснення впливу на свідомість і поведінку адресата.

Так, наприклад, у 95% ТА англomовних публікацій повтор теми повідомлення в інтродуктивному КБ, який здійснюється через повтор заголовку або його субституцію/перифразування, а також через ПЛП, супроводжується первинним вживанням інтенсивної позитивної теми. Далі на протязі тексту позитивна тема інтегрує з тематичним повтором, що слугує меті реалізації прагматичної настанови тексту. Наступні приклади ілюструють комплексне використання лексичного повтору (повтору теми повідомлення і повтору позитивної теми).

(244) ***Engineering Techniques in Drag Reduction***

This volume, containing a selection of papers presented at the seventh European Drag Reduction Meeting, provides a review of passive drag reduction devices, presents recent developments in the active techniques of drag reduction, and provides up-to-date research results from individual projects. Drag reduction is an important field of study in many engineering disciplines. Drag measurement and its reduction is vital to those disciplines which deal with fluid mechanics, such as mechanical, chemical, civil,

aeronautical, marine, and automotive engineering. Keeping abreast of the state of industrial applications of drag reduction techniques is, therefore, essential for key engineers and scientists /PC, 47/.

(245) **Companion to Philosophy of Science**

Unmatched in the quality of its world-renowned contributors, A Companion to the Philosophy of Science serves as both a course text and a reference book across the broad spectrum of issues of concern in the philosophy of science.

Taken as a whole, the volume provides an unparalleled survey of all the topical areas, major methods, and stances in the philosophy of science. With entries on important figures in the history of the philosophy of science, as well as a comprehensive account of areas of contemporary interest, this Companion is the most authoritative resource guide available in the philosophy of science /Ph 2000, 34/.

(246) **Essays on Definition**

This collection of essays on definitions, from Aristotle to the present day, assembles interesting, sometimes less widely known and controversial texts. They examine the subject from the point of view of philosophy which is essential for a theory of terminology seeking to establish the relationship between concepts and terms. These essays deal mainly with theoretical issues but they also consider the practice of defining and therefore serve as background to all manner of studies in terminology. In addition they form a useful complement to the better known discussions of definitions in lexicography /T&T, 19/.

У прикладі 244 за допомогою семикратного повторення ключового словосполучення *drag reduction* у комплексі з позитивно забарвленими прикметниками *recent, active, up-to-date, important, many, vital, essential* створюється тиск на підсвідомість реципієнта: тема повідомлення завдяки багатократному повторенню доводиться до тривалої пам'яті, а повтор у комплексі з позитивно забарвленою лексикою створює сприятливу атмосферу для сприйняття повідомлення. Те ж саме відбувається в прикладах 245, 246, де багатократний ПЛП

тематичних словосполучень *philosophy of science* (6 раз) та *essays on definitions* (3 рази, а також дві займенникові субституції) супроводжується вживанням означень *unmatched, broad, unparalleled, major, important, comprehensive, contemporary, authoritative* (приклад 245), *interesting, essential, useful, the better known* (приклад 246) та інтенсифікаторів смислу *all, the most, the better*.

Таким чином, повтор семи позитивної оцінки, який експлікується за допомогою повторного вживання однієї частини мови в перелікових ланцюжках (морфологічний та синтаксичний повтори), вживання лексичних одиниць поля позитивної оцінки (семантичний повтор), а також інтенсифікується за допомогою простого лексичного повтору і нетипового графічного оформлення, здійснює психологічний вплив на реципієнта і сприяє реалізації рекламної функції ТА. Перелічені вище засоби реалізації рекламної функції зустрічаються в 100% текстів-анонсів, що були проаналізовані, що слугує доказом належності ТА до рекламного типу текстів, з одного боку, і стереотипного характеру подання інформації в даному типі текстів, з іншого. Вживання позитивно забарвленої лексики в ТА реалізує суб'єктивно-оцінну модальність даного типу текстів і є спрямованим на здійснення впливу на свідомість і поведінку реципієнта.

3.2. Прагматико-комунікативні характеристики повторів у текстах-анонсах

У процесі класифікації повторів за їх структурно-семантичними та функціональними ознаками було виявлено, що повтори є поліфункціональним явищем – один структурно-семантичний вид повтору виконує декілька функцій одночасно, у той час як декілька видів повторів можуть брати участь у реалізації однієї функції.

У ТА англомовних публікацій повтори граматичних форм дієслів (морфологічний рівень мови), дистантний КП та дистантний ПЛП (лексичний рівень мови), часткові паралельні конструкції та повтор моделей словосполучення/речення (синтаксичний рівень мови) беруть участь у здійсненні текстової інтегративності.

Повтор КС та заголовку тексту, разом із субституцією та перифразуванням елементів топіку, виконують номінативну функцію в ТА і тим самим підвищують текстову інформативність. Важливим елементом організації семантики ТА є вживання слів-субститутів та перифразів, які за рахунок надання адитивної інформації про референта сприяють покращенню осмислення повідомлення. Контактний ПЛП, антонімічний повтор, повтор моделі питального речення та повтор семи позитивної оцінки в різних КБ тексту виконують емпатичну функцію і сприяють здійсненню прагматичного впливу на реципієнта.

У результаті аналізу всього наявного матеріалу дослідження нами були відокремлені такі прагматико-комунікативні класи повторів: інтегративний, топіковий, акумулятивний, емпатичний, інформативний, кожен з яких охоплює декілька структурно-семантичних видів. Була розроблена класифікація повторів, яка враховує їх функціональне навантаження, структурно-семантичні й частотні характеристики в ТА англomовних публікацій (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Прагматико-комунікативна класифікація повторів у текстах-анонсах

Прагматико-комунікативні види повтору	Функціональне навантаження	Структурно-семантичні види повтору	Частотність використання в ТА
Інтегруючий	Інтегративна функція	Повтор граматичних форм дієслова Повтор моделі простого двоскладного речення Повтор моделі словосполучення Паралельні синтаксичні конструкції Дистантний кореневий повтор Дистантний простий лексичний повтор	100% 100% 97% 96, 6% 93,5% 87, 67%
Топіковий	Номінативна / топікова функції	Простий лексичний повтор ключових слів Повний / частковий повтор заголовку Субституція елементів топіку Кореневий повтор ключових слів Перифраз Частковий ПЛП ключових словосполучень	100% 100% 98% 93,5% 72,14% 57%
Емпатичний	Емпатична функція	Повтор семи позитивної оцінки ПЛП займенника 2-ї особи Повтор моделі питального речення Контактний простий лексичний повтор Антонімічний повтор	100% 18,15% 11% 4,25% 2,12%

Прагматико-комунікативні види повтору	Функціональне навантаження	Структурно-семантичні види повтору	Частотність використання в ТА
Акумулятивний	Акумулятивна функція	Повтор моделі простого двоскладного речення Повтор моделі словосполучення Перелік Контактний афіксальний повтор Контактний простий лексичний повтор	100% 97% 96,6% 53, 7% 4,25%
Інформативний	Інформативна функція	Субституція елементів топіку Перифраз елементів топіку Синонімічний повтор	98% 72,14% 1,7%

Як це видно з табл. 3.1, структурно-семантичні види повторів, що характеризуються найбільшою частотністю вживання в ТА англомовних публікацій, виконують ряд функцій і слугують засобом підвищення прагматичної ефективності досліджуваного типу текстів.

3.3. Функціонування повторів у межах концептуальної моделі текстів-анонсів.

Аналіз парадигми ТА англомовних публікацій показав, що повтор функціонує не тільки в межах окремого тексту, але й у межах всієї парадигми ТА, що проявляється в повторенні композиції ТА і стереотипному використанні мовних засобів. На основі дослідження частотності й варіативності функціонування повторів у текстах з різних каталогів нових публікацій нами була розроблена стандартизована модель реалізації категорії повтору в ТА англомовних публікацій. Результати аналізу емпіричного матеріалу свідчать про однотипність моделі реалізації категорії повтору в різних структурних типах ТА.

У процесі моделювання були зроблені висновки про існування певних правил дистрибуції повторів за комунікативними блоками, доцільність яких обумовлена прагматичною спрямованістю ТА. Іншими словами, прагматична мета ТА визначає стереотипний підбір повторів у різних комунікативних блоках досліджуваного типу текстів.

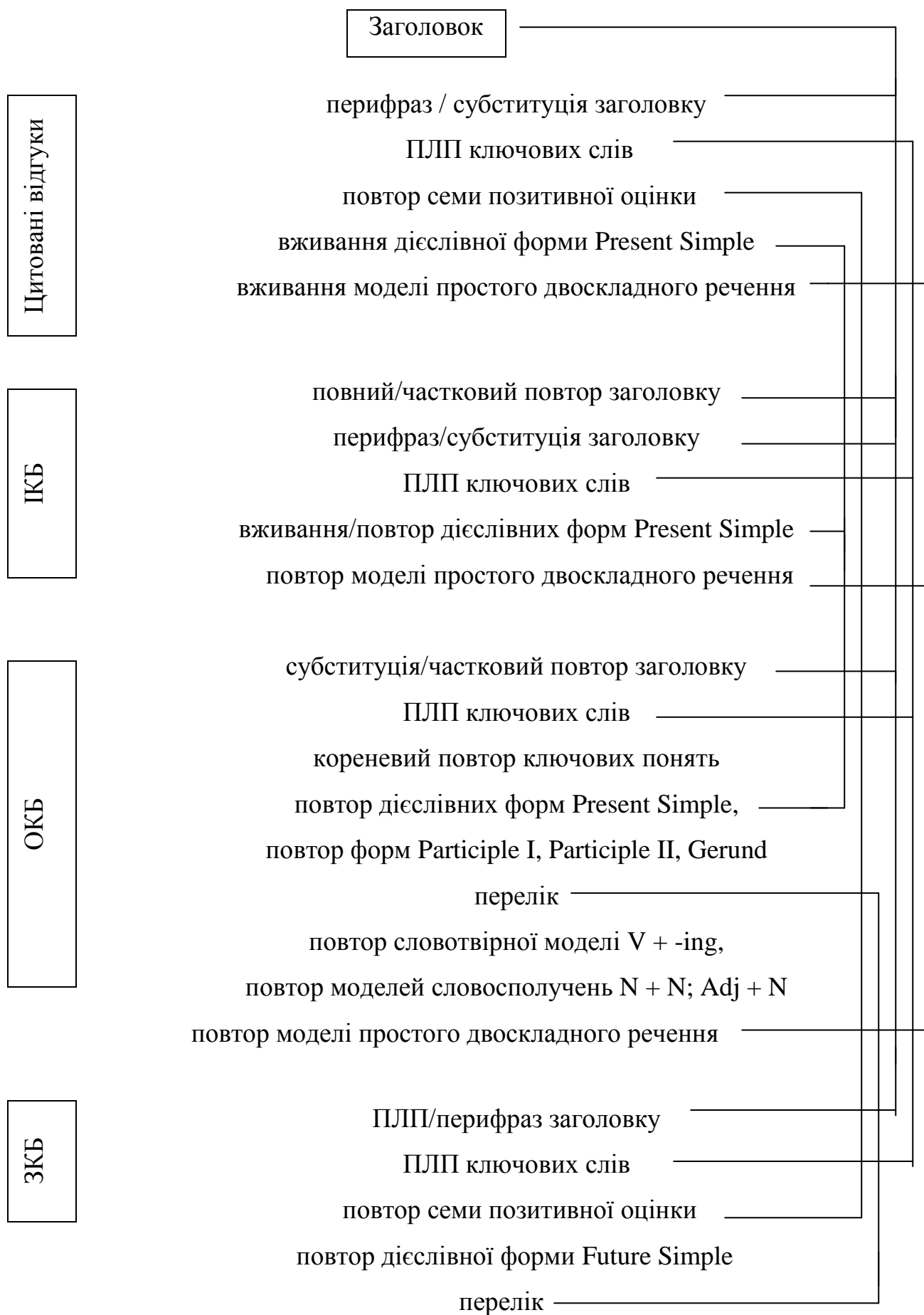


Рис. 3.3. Модель функціонування повторів у ТА англомовних публікацій.

Таким чином, ПЛП ключових слів, перелік, семантичний повтор заголовку, повтор дієслівної форми Present Simple та повтор моделі простого двоскладного речення є наскрізними видами повтору в текстах-анонсах, оскільки вони представлені в усіх комунікативних блоках тексту. Ці види повтору забезпечують тематичну зв'язність тексту через рекурентну появу тематичної семи, а також сприяють формальній зв'язності, що в сукупності полегшує процес розуміння тексту з боку реципієнта.

Настанова блоку “цитовані відгуки” та ЗКБ на реалізацію рекламної функції призводить до локального вживання в цих блоках повтору семи позитивної оцінки. Настанова на реалізацію інформативної функції та порівняно великий обсяг ОКБ ведуть до вживання таких інформативно значущих видів повторів як кореневий повтор ключових понять та перелік.

Таким чином, дистрибуція повторів за комунікативними блоками ТА носить стереотипний характер, що зумовлено загальною тенденцією до полегшення процесу сприйняття інформації в умовах дефіциту часу і обмеженості простору.

Дистрибуція повторів у текстах-анонсах є експліцитним представленням концептуальної моделі тексту, де слот ЩОСЬ репрезентує референта повідомлення, слот ТАКЕ – позитивно забарвлену ознаку референта, слот ІСНУЄ – існування і наявність референта, слот ХТОСЬ – адресата повідомлення:

ЗАГОЛОВОК → ЩОСЬ ІСНУЄ

ЦИТОВАНІ ВІДГУКИ → ТАКЕ ЩОСЬ ІСНУЄ

ІНТРОДУКТИВНИЙ КБ → ТАКЕ ЩОСЬ ІСНУЄ ТАК, ТЕПЕР І ТУТ

ОСНОВНИЙ КБ → ТАКЕ ЩОСЬ ІСНУЄ/ДІЄ для КОГОСЬ
ТАКЕ ЩОСЬ МІСТИТЬ ЩОСЬ (ЗМІСТ)

ЗАКЛЮЧНИЙ КБ → ТАКЕ ЩОСЬ БУДЕ КОРИСНИМ для КОГОСЬ
(АДРЕСАТ)

Аналіз парадигми ТА англomовних публікацій показав, що слот ЩОСЬ має мовленнєву репрезентацію через простий лексичний повтор, субституцію та перифразування (імпліцитний повтор) тематичної семи. Засобами мовленнєвої репрезентації слоту ТАКЕ виступають прикметники з семою/семами позитивної оцінки та прислівники – інтенсифікатори смислу. У реалізації слоту ІСНУЄ на рівні ТА основне місце займають дієслівні форми Present Simple Active Voice, Present Simple Passive Voice, Present Perfect Active Voice, Future Simple Active Voice. Актуалізація слоту ХТОСЬ (АДРЕСАТ) на мовленнєвому рівні здійснюється за допомогою вживання лексичних одиниць із семою “пациенс дії”.

Рекурентна презентація слотів у ТА англomовних публікацій відповідає закономірностям функціонування повторів на різних текстових рівнях у межах комунікативних блоків. Концептуальна і композиційна моделі ТА, що розглядалися у даному дисертаційному дослідженні, а також дистрибуція повторів за композиційними блоками відповідають прагматичній настанові ТА і сприяють ефективному здійсненню акту комунікації.

Висновки до третього розділу

1. Дослідження прагматико-комунікативних характеристик повтору в ТА англomовних публікацій показало чітку залежність частотних і варіативних параметрів повтору від прагматичної мети тексту, що в свою чергу є ще одним підтвердженням положення про обумовленість частотності та варіативності мовних засобів прагматичною метою конкретного тексту.

У **прагматико-комунікативному аспекті** повтор розглядається нами, з одного боку, як один із засобів реалізації комунікативної інтенції продуцента в процесі текстотворення і, з іншого боку, як засіб реалізації комунікативної інтенції реципієнта на адекватне розуміння тексту. Прагматична настанова ТА здійснюється через інформативну й рекламну функції. Прагматична настанова ТА визначає структурні, семантичні, частотні та функціональні характеристики повтору.

2. Одним з найважливіших елементів у процесі реалізації прагматичної мети ТА виступає текстотвірна потенція категорії інтегративності. Аналіз синтактико-граматичної, семантичної та прагматичної груп зв'язків на матеріалі ТА англomовних публікацій показав значущість повторів на всіх текстових рівнях для забезпечення інтегративності досліджуваного типу текстів.

Прагматичні зв'язки, які реалізуються на основі комунікативного наміру продуцента в процесі створення тексту, забезпечують комунікативну цілісність тексту. Комунікативна модель ТА будується на неодноразовому кореферентному повторі теми і визначається як модель з константною темою або монотемою. Первинна номінація теми відбувається в заголовку ТА і розвивається на протязі тексту за рахунок нових рематичних елементів, які в основному об'ємі емпіричного матеріалу містяться у другій половині речення. Кореферентна номінація теми тексту реалізується через повтор категоріальних та/або лексичних елементів у семантичній структурі ТА.

Як **синтактико-граматичні засоби зв'язку** в ТА розглядались повтор часових, аспектих і видових форм дієслів; синтаксичний повтор; повтор морфологічних значень. До **семантичних засобів зв'язку** ми відносимо всі види лексичного повтору, у тому числі й імпліцитний: морфемний повтор, субституцію і перифразування. Ці засоби зв'язку не тільки інтегрують окремі ТА, але й беруть участь у створенні суцільної картини рекламування продукції того чи іншого видавництва, що здійснюється через рекламний каталог. Завдяки стереотипному використанню засобів зв'язку в різних ТА каталоги видавництв виступають як цілісний об'єкт реценції, що слугує реалізації прагматичної мети текстів-анонсів.

3. У результаті дослідження міри інформативності ТА англomовних публікацій і засобів реалізації інформативної функції даного типу текстів було встановлено, що настанова на інформування реципієнта про нові публікації здійснюється за допомогою чіткої параметризації імовірного реципієнта; стереотипності побудови ТА і використання стереотипних мовних засобів; засобів компресії інформації; переваги експліцитних засобів подання інформації.

Різні повтори використовуються з метою інтенсифікації інформативності тексту шляхом забезпечення семантичної надмірності, перешкодостійкості повідомлення та надання адитивної інформації. Семантична надмірність, що реалізується за допомогою повторів (також і імпліцитних), створює позитивні умови для надання розширеної характеристики референтів. У процесі використання семантичних повторів об'єм інформації збільшується завдяки появі нових смислів для розширення семантичної структури повідомлення, що дає нам можливість характеризувати семантичні повтори як елементи з високою інформативною значущістю.

Найбільшою інформативною значущістю серед досліджуваних у ТА видів повторів характеризуються імпліцитні повтори, а саме слова-субститути та перифрази. Інші види повторів беруть участь у забезпеченні текстової інформативності через здійснення тематичної надмірності повідомлення.

4. Реклама здійснюється засобами створення позитивної атмосфери навколо нової публікації, що досягається за допомогою оцінних та емоційних елементів.

У процесі нашого дослідження був зроблений висновок про те, що **оцінка** в ТА реалізується на фоно-морфологічному та лексико-синтаксичному рівнях за допомогою одноразового та повторного вживання одиниць лексичної зони позитивної оцінки. Повтор одиниці оцінки здійснює психологічний вплив на адресата, чим підвищує рівень реалізації рекламної функції і прагматичної настанови ТА.

До **емоційних елементів** ми відносимо мовні засоби, а також невербальні засоби, які не належать до лексичного поля оцінки, але слугують приверненню та утриманню уваги адресата на повідомленні: вживання кличних речень та риторичних питань; графічні засоби виділення інформації; вживання простого лексичного повтору.

5. Результатом дослідження прагматико-комунікативних особливостей повтору в ТА є відокремлення наступних функціональних різновидів повтору: інтегруючий, топіковий, акумулятивний, емоційний, інформативний. Ці види повторів

реалізуються через структурно-семантичні види повтору і представлені в кожному без виключення тексті з дослідженої парадигми.

Поліфункціональність повторів реалізується в наступних напрямках: у ТА повтори беруть участь у здійсненні текстової інтегративності, підвищують текстову інформативність за рахунок компресії інформації та надання адитивної інформації про референта, сприяють покращенню сприйняття й розуміння інформації і здійсненню прагматичного впливу на реципієнта.

6. Модель дистрибуції повторів у ТА являє собою репрезентацію концептуальної моделі даного типу текстів і експлікує рекурентний характер подання інформації в текстах-анонсах. Дистрибуція повторів за комунікативними блоками, їх частотність і варіативність зумовлені прагматичною настановою ТА на презентацію достовірної інформації про референта повідомлення, а також на рекламування нової публікації. Структурно-семантичні та прагматико-комунікативні характеристики повтору в ТА визначаються прагматичною настановою тексту, з одного боку, і екстралінгвістичними умовами функціонування тексту, з іншого.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Пріоритет функціонального напрямку в сучасному мовознавстві робить актуальним дослідження мовних явищ у їх комплексній взаємодії з учасниками акту комунікації та позамовним середовищем їх функціонування. З іншого боку, дослідницький інтерес представляє аналіз комунікативно-прагматичного та когнітивного планів мовленнєвої діяльності, що сприяє розкриттю законів оформлення думки і породження висловлення/тексту, та законів міжлюдського спілкування. У нашій дисертації була здійснена спроба комплексного аналізу функціонування повторів у текстах з чіткою прагматичною настановою, було виявлено роль категорії повтору в процесі породження тексту-анонсу та сприйняття і осмислення його з боку реципієнта.

Дослідження текстів-анонсів як одного з видів інформаційно-реklamних текстів виявляється плідним напрямком лінгвістики тексту, оскільки малий обсяг та чітка практична спрямованість цих текстів надають можливість дослідити особливості процесу комунікації через рекламний текст. Аналіз структурно-семантичних, композиційних та прагматико-комунікативних характеристик ТА англomовних публікацій дав нам можливість визначити текст-анонс як прагматично обумовлену одиницю комунікації, яка являє собою завершене з точки зору смислу системне утворення і призначена сприяти орієнтуванню реципієнта в потоці інформації, а також підготовці реципієнта до сприйняття первинного тексту. Прагматично тексти-анонси спрямовані на спонукання реципієнта до звернення до нової публікації.

Тексти-анонси як окремий тип текстів характеризуються набором індивідуальних текстових категорій, що формують жанрову парадигму ТА. До цих категорій належать: максимальна інформативність, вторинність, стереотипність викладу, метатекстовість у відношенні до первинного тексту, практична спрямованість, експліцитність викладу, позитивна оцінність. Відокремлення жанру текстів-анонсів стає можливим завдяки наявності єдиної концептуальної моделі даного типу текстів, яка експлікується засобами стереотипних композиційної будови та лексико-семантичної структури ТА.

У процесі реалізації прагматико-комунікативної настанови ТА бере участь категорія повтору, яка визначається нами як універсальна мовна категорія, що поєднує в собі психологічний та лінгвістичний аспекти. Повторюваність пов'язана з поняттям структурності мови і виступає як категорія, що полегшує оперування мовними рівнями, являє собою засіб адекватної комунікативної передачі і таким чином організує процес комунікації. У лінгвістичному плані повтор – це рекурентна представленість семантичних компонентів глибинної структури тексту, яка реалізується в повторенні одиниць мовних рівнів та в повторенні морфологічних значень і є засобом встановлення відношень стосовно референта повідомлення, мобілізації уваги, сприйняття, пам'яті реципієнта на адекватне розуміння інформації, а також засобом надання адитивної та емоційно-експресивної інформації. В основі повтору як лінгвістичного явища знаходиться психологічний феномен репродукування знань. У прагматико-комунікативному аспекті повтор характеризується нами, з одного боку, як один із засобів реалізації комунікативної інтенції продуцента в процесі текстотворення і, з іншого боку, як засіб реалізації комунікативної інтенції реципієнта на адекватне розуміння тексту.

Системний підхід до аналізу мови потребує дослідження її елементів у процесі їх взаємодії, як складових частин комплексної структури. Функціонування повторів на текстовому рівні являє собою приклад реалізації системного характеру мовних явищ. На текстовому рівні повторність виступає як ізоморфне явище, що реалізується у взаємодії та взаємозв'язку різнорівневих повторів і виступає фактором забезпечення функціонування тексту як цілісної системи.

Частотність і варіативність повторів у ТА регламентовані й визначаються прагматичною метою даного типу текстів та екстралінгвістичними умовами їх функціонування. Вживання повторів здійснюється на засадах загальних тенденцій до компресії інформації, експліцитності семантичної структури тексту та стереотипного використання мовних засобів у межах текстів-анонсів. У результаті застосування статистичного методу ми прийшли до висновку, що типовими для ТА англomовних публікацій видами повторів (вживаються в більше ніж 70% ТА) є крізний простий лексичний повтор (повтор ключових слів), повтор граматичної

форми простого теперішнього часу активного стану, кореневий повтор, повний/частковий повтор заголовку, повтор моделі простого двоскладного речення, субституція та перифраз заголовку, перелік, повтор моделей словосполучень.

Структурно-семантичні характеристики, а також частотність вживання повтору в ТА англomовних публікацій зумовлені настановою даного типу текстів на інформування реципієнта про нові публікації та на рекламування цих публікацій з метою їх продажу. Аналіз ролі повторів у процесі реалізації інтегративності текстів-анонсів показав, що інтеграція ТА англomовних публікацій здійснюється за рахунок різних видів повторів, які входять до широкої парадигми синтактико-граматичних, семантичних та прагматичних засобів зв'язку. Вживання семантичних засобів зв'язку (простий лексичний повтор і семантичний повтор теми повідомлення), поруч з імпліцитним повтором категоріальних сем та морфологічних значень, забезпечують інтегративність ТА.

Найбільшою інформативною значущістю серед досліджуваних у ТА видів повторів характеризуються семантичні повтори, а саме слова-субститути та перифрази. Інші види повторів беруть участь у забезпеченні текстової інформативності через здійснення тематичної надмірності повідомлення. Повтор семи позитивної оцінки, який експлікується за допомогою повторного вживання однієї частини мови в перелікових ланцюжках (морфологічний та синтаксичний повтори), вживання лексичних одиниць поля позитивної оцінки (семантичний повтор), а також інтенсифікується за допомогою простого лексичного повтору і нетипового графічного оформлення, створює благоприємну для сприйняття ТА атмосферу і сприяє реалізації рекламної функції ТА.

Повтор у ТА виступає поліфункціональним явищем, дієвість якого спрямована на здійснення інформативної, інтегративної, акумулятивної, емпатичної та номінативної/топікової функцій. Реалізація цих функцій повторів сприяє здійсненню інформативної і рекламної функцій текстів-анонсів, та загалом їх прагматичній ефективності. Аналіз функціонального навантаження повторів у ТА надав можливість розподілити їх за різними прагматико-комунікативними класами, а саме:

інтегруючий, топіковий, емпатичний, акумулюючий, інформативний. Кожен з цих класів охоплює декілька структурно-семантичних видів повторів.

Повтори функціонують не тільки в межах окремого тексту, але й у межах усєї парадигми ТА англomовних публікацій, про що свідчать повтор композиційної моделі та стереотипне використання мовних засобів. Дистрибуція повторів за комунікативними блоками в ТА англomовних публікацій підпорядкована прагматичній меті ТА, здійснюється за певними правилами і виступає як рекурентна презентація концептів на мовному рівні. Варіативність повторів та їх дистрибуція за комунікативними блоками ТА мають прагматично обумовлений характер.

Дослідження прагматико-комунікативних особливостей реалізації категорії повтору на матеріалі текстів-анонсів англomовних публікацій ще раз підтвердило обумовленість частотних та варіативних характеристик мовних засобів прагматичною метою певного тексту. Теоретичні висновки про особливості функціонування повторів у ТА англomовних публікацій, обґрунтовані в дослідженні, та результати аналізу емпіричного матеріалу можуть бути ефективно використані для подальшої наукової розробки теоретичних питань стилістики та граматики англійської мови, лінгвістики тексту та прагмалінгвістики, а також у процесі викладення практичних курсів сучасної англійської мови. У подальших дослідженнях парадигми ТА цікавим було б встановити вплив прагматичної настанови тексту на реалізацію індивідуальних текстових категорій, а також на вибір мовних засобів. У перспективі нашого дослідження знаходиться вивчення прагматико-комунікативних особливостей реалізації категорії повтору в текстах інших жанрів, а також більш детальне дослідження статусу ТА в парадигмі інформаційно-рекламних текстів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеев А.Я. Об имплицитной информации структурных единиц языка // Функциональная характеристика языковых единиц и категорий. – Днепропетровск: Днепропетровск. гос. ун-т. – 1988. – С. 4-7.
2. Анисимова Е.Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопр. языкознания. – 1992. - №1. – С. 71-79.
3. Анопіна О.В. Концептуальна структура англомовної реклами косметики: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. держ. лінгвістичн. ун-т. – К., 1997. – 18 с.
4. Антонов А. В. Информация: восприятие и понимание. – К.: Наукова думка, 1988. – 184 с.
5. Антонченко Т.М. Основні тенденції аксіологічних змін у семантичній структурі американізмів: Дис... канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2000. – 229 с.
6. Арнольд В.И. Современные лингвистические теории взаимоотношения системы и среды // Вопр. языкознания. – 1991. - №3. – С. 118-126.
7. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка / Стилистика декодирования. – Л.: Просвещение, 1973. – 303 с.
8. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Изв. АН СССР. Сер. Лит. И яз. – 1981. – Т. 40, №4. – С. 356-367.
9. Ахмедьяров К.К. Стилистические функции звуковых повторов // Лингвостилистический анализ текста. – Алма-Ата: Казахск. гос. ун-т им. С.М.Кирова, 1982. – С. 204-214.
10. Багдасарян В.Х. Проблема имплицитного (Логико-методологический анализ). – Ереван: Изд-во АН Арм. ССР, 1983. – 140 с.
11. Балли Ш. Французская стилистика. – М.: Иностранная литература, 1961. – 394 с.
12. Балясная Л.Ю. Роль лексического повтора в организации предложения и текста (на материале кубинской публицистики): Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.05 / КГУ им. Тараса Шевченко. – К., 1990. – 23 с.

13. Бандура Н.Г. Типологія жанру інформаційного повідомлення в німецькій і українській пресі // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К.: КДЛУ. – 2001.- С. 21-26.
14. Бекетова О.В. Структурно-семантичні та функціональні особливості фігур повтору в аргументативних текстах (на матеріалі німецької мови): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. держ. лінгвістичн. ун-т. – К., 1998. – 18 с.
15. Бекетова О.В. Фігура повтору та організаційні форми аргументації в текстах публічної мови // Мовознавство. – 1997. - № 4,5. – С. 32-38.
16. Беклешов Д.В. Реклама книг сегодня. – М.: Книга, 1986. – 207 с.
17. Беллерт И. Об одном условии связности текста // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Изд-во иностр. лит. – 1978. – Вып . VIII. – С. 172-208.
18. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации. – К.: Изд-во КГУ, 1997. – 299 с.
19. Белова А.Д. Лінгвістичні аспекти аргументації (на матеріалі сучасної англ. мови): Автореф. дис... д-ра філол. наук: 10.02.04 / КДУ ім. Тараса Шевченка. – К., 1998. – 30 с.
20. Белунова Н.И. Интегрирующая функция лексико-синтаксических повторов в текстах публицистического стиля // Текстовые реализации и текстообразующие функции синтаксических единиц. – Л.: ЛГПИ им. А.И.Герцена, 1988. – С. 70-85.
21. Белянин В.П. Психологические аспекты художественного текста. – М.: Изд-во Московск. ун-та, 1988. – 120 с.
22. Бондарко А.В. Опыт лингвистической интерпретации соотношения системы и среды // Вопр. языкознания. – 1985. - №1. – С. 13-23.
23. Брудный А.А. Понимание как философско-психологическая проблема // Вопр. Философии. - №110. – 1975. – С. 109-117.
24. Брчакова Д. О связности в устных коммуникантах // Синтаксис текста. – М.: Наука, 1979. – С. 248-261.

25. Булатецкая Л.И. Топикальность и ее реализация в тексте (на материале современного английского языка): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1985. – 202 с.
26. Буракова О.В. Паралелізм і повтор як ритмотворчі фактори у поетичному перекладі (на матеріалі англійських перекладів лірики Т.Г.Шевченка) // Іноземна філологія. – 1983. – Вип. 69. – С. 43-49.
27. Бурсак Т.Д. Информативная значимость прилагательных в тексте (на материале современного английского языка): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1981. – 210 с.
28. Васильев С.А. Синтез смысла при создании и понимании текста. – К.: Наукова думка, 1988. – 239 с.
29. Веденькова М.С. Временные формы глагола в темпоральной сетке текста // Функциональная характеристика языковых единиц и категорий. – Днепропетровск: Днепропетровск. гос. ун-т. – 1988. – С. 23-27.
30. Вишивана Н.В. Прикметники оцінки у сучасній німецькій мові: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. нац. Ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 1999. – 19 с.
31. Волков А.А. Композиция текстов массовой коммуникации // Аспекты общей и частной лингвистической теории текста. – М.: Наука, 1982. – С. 75-101.
32. Волоснова Ю.А. Прагматическая целеустановка как критерий типологизации научно-технических текстов (на материале отраслевых журналов) // Текст в функционально-стилевом аспекте. – М.: МГПИИЯ им. М.Тореза, 1988. – С. 29-37.
33. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М.: Наука, 1985. – 228 с.
34. Воробьева О.П. Лингвистические аспекты адресованности художественного текста (одноязычная и межъязыковая коммуникация): Дис... д-ра филол. наук: 10.02.19. – М., 1993. – 382 с.
35. Воробьева О.П. Текстовые категории и фактор адресата. – К.: Вища школа, 1993. – 200 с.

36. Воронков В.В. Прагматический аспект текста англоязычной публицистической журнальной статьи: Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / Московск. гос. лингвистич. ун-т. – М., 1991. – 30 с.
37. Вышкин Е.Г. Фоновые составляющие семантической связности специального текста // Вопросы анализа специального текста. – Уфа: Башкирск. гос. ун-т, 1982. – С. 26-27.
38. Гак В.Г. О семантической организации текста // Лингвистика текста. – М.: МГПИИЯ им. М.Тореза, 1974. – С. 61-66.
39. Гак В.Г. Повторная номинация на уровне предложения // Синтаксис текста. – М.: Наука, 1979. – С. 91-102.
40. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 136 с.
41. Гладуш Н.Ф. Особливості перекладу інформаційного тексту на англійську мову // Вісник Сумськ. держ. ун-ту. Сер. Філологічні науки. – 2002. – № 4(37). – С. 41-45.
42. Гнатюк Н.Г. Предисловие как тип текста в сфере научной коммуникации // Текст и его категориальные признаки. – К.: КГПИИЯ, 1989. – С. 47-51.
43. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Изд-во иностр. лит. – 1985. – Вып. XVI. – С. 217-238.
44. Грилихес И.В. Прагматические и стилистико-синтаксические особенности рекламных текстов (на материале англоязычной бытовой рекламы): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1978. – 143 с.
45. Гришина О.Н. Особенности организации информации в научном и художественном тексте // Функциональные стили: Лингвометодические аспекты. – М.: Наука, 1985. – С. 39-48.
46. Гулей М.Д. Системний підхід до вивчення тексту політичної публічної промови // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К.: КДЛУ. – 2001. – С. 61-65.
47. Гуменюк Н.Г. Дейктические особенности телерекламы // Вісник Сумськ. держ. ун-ту. Сер. Філологічні науки. – 2002. – № 4(37). – С. 52-57.

48. Гучинская Н.О. Системный анализ художественного текста // Стилистические функции лингвистических единиц в тексте. – Куйбышев: Куйбышевск. пед. ин-т, 1984. – С. 3-13.
49. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989. – 321 с.
50. Дейк Т.А. ван, Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Изд-во иностр. лит. – 1988. – Вып. 23. – С. 153-211.
51. Демьянков В.З. Понимание как интерпретирующая деятельность // Вопр. языкознания. – 1983. – №6. – С. 58-67.
52. Денисенко С.Н. Нові теоретичні орієнтації мовознавства в кінці ХХ ст. – на початку ХХІ ст. // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К.: Видавничий центр КНЛУ. – 2001. – С. 71-73.
53. Донская Е.Л. Некоторые особенности и свойства лексико-семантической межабзацной связи как способа организации связности суперконтекста // Проблемы стилистического анализа текста. – Иркутск: Головной иркутский гос. пед. ин-т, 1979. – С. 21-27.
54. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. – М.: Наука, 1984. – 264 с.
55. Дридзе Т.М. Язык и социальная психология. – М.: Высшая школа, 1980. – 224 с.
56. Евсюкова Т.В. Перевод как формирование интертекстуального лингвокультурного пространства // Вісник Сумськ. держ. ун-ту. Сер. Філологічні науки. – 2002. - №3 (36). – С. 69-72.
57. Ефимов Л.П. Избыточность средств выражения в синтаксических конструкциях (на материале английского языка): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1989. – 181 с.
58. Жаботинская С.А. Когнитивная лингвистика: принципы концептуального моделирования // Лінгвістичні студії. – Черкаси: Черкаськ. держ. ун-т. – 1997. – Вип. 2. – С. 3-23.

59. Жаботинская С.А. Когнитивные и номинативные аспекты класса числительных. – М.: Ин-т яз-я РАН, 1992. – 216 с.
60. Завальская Г.П. “Вторичные” тексты в литературной традиции современного английского языка: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Московск. гос. ун-т. – М., 1987. – 24 с.
61. Залевская А.А. Понимание текста: психолингвистический подход: Учебное пособие. – Калинин, 1988. – 95 с.
62. Залевская А.А. Психолингвистический подход к анализу языковых явлений // Вопр. языкознания. – 1999. – № 6. – С. 31-42.
63. Зацний Ю.А. Інформаційна революція і деякі проблеми перекладу (на матеріалі англійської мови) // Вісник Сумськ. держ. ун-ту. Сер.: “Філологічні науки”. – 2001. - №5 (26). – С. 59-63.
64. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. – Запоріжжя: Запорізьк. держ. ун-т., 1998. – 431 с.
65. Зернецкий П.В. Коммуникативно-прагматические аспекты повторной номинации на уровне предложения в современном английском языке // Прагматические аспекты изучения предложения и текста. – К.: КГПИИЯ, 1983. – С. 112-119.
66. Зернецкий П.В. Повторная коммуникативная номинация в современном английском языке: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1983. – 225 с.
67. Зильберт Б.А. Проблемы классификации текстов массовой коммуникации // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1986. – Т.45, №1. – С. 70-80.
68. Змієвська О.О. Семантико-когнітивний та функціональний аспекти конекторів ментальних просторів сенсорики в сучасній англійській прозі // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К.: КДЛУ. – 2001. – С. 85-91.
69. Ільченко О.М. Порівняльно-кількісний аналіз вербальних засобів етикетизації англійського наукового дискурсу // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К.: КДЛУ. – 2001. – С. 91-94.
70. Ільченко О.М. Етикет англійського наукового дискурсу: Монографія. – К.: ІВЦ “Політехніка”, 2002. – 288 с.

71. Калита А.А. Фонетичні засоби актуалізації смислу англомовного емоційного висловлювання: Монографія. – К.: КДЛУ. – 2001. – 351 с.
72. Каменская О.Л. Текст и коммуникация: Учебное пособие. – М.: Высшая школа, 1990. – 152 с.
73. Кардович И.П. Логико-семантическая связность в научно-техническом тексте // Формальная и семантическая организация текста. – М.: МГПИИЯ им. М.Тореза. – 1989. – Вып. 333. – С. 102-111.
74. Кирилова В.М. Спрямованість оцінки у синонімії (на матеріалі прикметників сучасної англійської мови): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. держ. лінгвістичн. ун-т. – К., 1996. – 24 с.
75. Киричук Л.М. Прагмасемантичні особливості категорії оцінки в рекламному тексті (на матеріалі реклами журналу “Time”): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. держ. лінгвістичн. ун-т. – К., 1999. – 19 с.
76. Кобякова І.К. Особливості реалізації мовотворчої функції в англійських текстах малого жанру: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. держ. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 1996. – 25 с.
77. Коваленко А.М. Семантико-функціональні особливості мікротекстів // Філологічні науки. – Суми: Сумськ. держ. пед. ін-т. – 1998. – С. 174-181.
78. Козловская А.Б. Основные категории нетипичного текста // Мовна компетенція, креативність та актуальні проблеми викладання іноземних мов. – Харків: Константа. – 1998. – С. 129-130.
79. Колегаева И.М. Текст как единица научной и художественной коммуникации. – Одесса: ОГУ им. И.И.Мечникова, 1991. – 120 с.
80. Колейчик О.О. Тематизація як когнітивний механізм // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К.: КДЛУ. – 2001. – С. 111-117.
81. Колшанский Г.В. Контекстная семантика. – М.: Наука, 1980. – 149 с.
82. Кудасова О.К. Лингвостилистические особенности рецензии как разновидности научного текста. Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / МГПИИЯ им. М.Тореза. – М., 1983. – 22 с.

83. Кузнецов В.Г. Коммуникативные особенности научно-информационных текстов // Сб. научн. тр. – М.: МГПИИЯ им. М. Тореза. – 1985. – Вып. 251. – С. 101-110.
84. Кузнецова Г.Н. Функционирование текста в сфере массовой коммуникации // Текст в функционально-стилевом аспекте. – М.: МГПИИЯ им. М.Тореза. – 1988. – Вып. 309. – С. 83-88.
85. Кукушкина Е.Ю. Парный синтаксический повтор и его сочетания с другими типами повторов (на материале лирики А.Блока) // Проблемы структурной лингвистики. – М.: Наука. – 1989. – С. 246-261.
86. Кухаренко В.А. Интерпретация текста: Учебное пособие. – М.: Просвещение, 1988. – 192 с.
87. Кухаренко В.А. Информативность вводящего абзаца научного филологического текста // Функциональные стили: Лингвометодические аспекты. – М.: Наука, 1985. – С. 49-62.
88. Лев Л.С., Сахнюк О.В. Прагматическая обусловленность номинационных цепочек в тексте // Прагматические аспекты изучения предложения и текста. – К.: КГПИИЯ. – 1983. – С. 74-80.
89. Левицкий А.Э. Функциональные подходы к классификации единиц современного английского языка. – К.: КГЛУ, 1998. – 362 с.
90. Леонтьев А.А. Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания. – М.: Наука, 1969. – 307 с.
91. Леонтьев А.А., Шахнарович А.М., Сорокин Ю.А., Дергачева Л.А. Психолингвистические аспекты рекламы и пути повышения ее эффективности // Общая и прикладная психолингвистика. – М.: Наука. – 1973. – С. 173-184.
92. Лингвистический энциклопедический словарь / Под общ. ред. Ярцевой В.Н. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 686 с.
93. Литвак С.Я. Особливості відтворення граматичних значень при перекладі // Вісник Сумськ. держ. ун-ту. Сер.: “Філологічні науки”. –2001. - №5 (26). – С. 92-95.

94. Литвиненко О.А. Лінгвістичні аспекти англійських багатокomпонентних термінів // Вісник Сумськ. держ. ун-ту. Сер. Філологічні науки. – 2002. – № 4(37). – С. 113-116.
95. Лукенчук А.В. Прикметники оцінки в сучасній англійській мові: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Львівськ. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 1993. – 16 с.
96. Мартине А. Основы общей лингвистики // Новое в лингвистике. – М.: Изд-во иностр. лит. – 1963. – Вып.3. – С. 366-566.
97. Матвеева Г.Г. Актуализация прагматического аспекта научного текста. – Ростов: Изд-во Ростовск. гос. ун-та, 1984. – 130 с.
98. Медведева С.Ю. Семантическая эквивалентность единиц, обусловленная структурой текста. // Аспекты общей и частной лингвистической теории текста. – М.: Наука, 1982. – С. 113-121.
99. Медведь Е.Н. Контекстуальные средства реализации имплицитного количества // Мовна компетенція, креативність та актуальні проблеми викладання іноземних мов. – Харків: Константа. – 1998. – С. 147-150.
100. Мецлер А.А. Прагматика коммуникативных единиц языка. – Кишинев: Штиинца, 1990. – 100 с.
101. Мецлер А.А. Структурные связи в тексте. – Кишинев: Штиинца, 1987. – 144с.
102. Мойсеєнко А.К. Текст як апперцепційна система // Мовознавство. – 1996. - №1. – С. 20-25.
103. Мойсеєнко І.П. Прагмалінгвістична організація рекламного тексту: макро- і мікроаналіз (на матеріалі англомовної побутової реклами): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. держ. лінгвістичн. ун-т. – К., 1996. – 24 с.
104. Молчанова Г.П. Проблемы семантических и структурных связей предложений в тексте // Лингвистические средства текстообразования. – Барнаул: Алтайск. гос. ун-т. – 1985. – С. 75-83.
105. Мурадян А.Ю., Колесниченко С.А. О некоторых особенностях языка американской рекламы // Прагматические аспекты функционирования языка. – Барнаул: Алтайск. гос. ун-т. – 1983. – С. 83-88.

106. Мурзин Л.Н., Штерн А.С. Текст и его восприятие. – Свердловск: Изд-во Уральск. ун-та, 1991. – 168 с.
107. Наер В.Л. Прагматика научных текстов (вербальный и невербальный аспекты) // Функциональные стили: Лингвометодические аспекты. – М.: Наука. – 1985. – С. 14-26.
108. Наер В.Л. Прагматика текста и её составляющие // Прагматика и стилистика. – М.: МГПИИЯ им. М.Тереза. – 1985. – Вып.245. – С. 4-13.
109. Найдов Б.П. К проблеме прагматики научно-технического текста // Прагматические аспекты изучения предложения и текста. – К.: Выща школа. – 1983. – С. 87-92.
110. Науменко А.М. Від рецепції через інтерпретацію до аналізу // Нова філологія. – 2000. - №1 (9). – С. 306-355.
111. Непийвода Н.Ф. Науковий стиль як нейролінгвістичний код // Мовознавство. – 1997. - №2-3. – С. 39-44.
112. Никитин М.В. Основы лингвистической теории значения: Учебное пособие – М.: Высшая школа, 1988. – 168 с.
113. Никульшина Т.Н. Информационная стратегия в побудительном дискурсе (на материале английского языка): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1998. – 190 с.
114. Новиков А.И. Семантика текста и её формализация. – М.: Наука, 1983. – 215с.
115. Палек Б. Кросс-референция: к вопросу о гиперсинтаксисе // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Изд-во иностр. лит. – 1978. – Вып.VIII. – С. 243-258.
116. Пахненко І.І. Особливості реалізації категорії інформативності, континуума і когезії в текстах наукового стилю // Філологічні науки. – Суми: СумДУ. - 1999. – С. 216-223.
117. Петров М.П. Признаки связности технического информативного текста // Вопросы анализа специального текста. – Уфа: Башкирск. гос. ун-т. – 1982. – С. 74-77.

- 118.Пишна Л.М. Повтори як засіб вираження авторської модальності та прагматичної настанови тексту: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. держ. лінгвістичн. ун-т. – К., 1996. – 21 с.
- 119.Подолкова С.В. Економія мовних засобів (на матеріалі науково-технічних текстів) // Гуманітарний вісник. Сер.: “Іноземна філологія”. – Черкаси: ЧІТІ. – 2000. - №4. – С. 249-253.
- 120.Подолкова С.В. Експліцитний та імпліцитний засоби позначення автора у текстах технічної реклами // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КДЛУ. Серія: Філологія, Педагогіка, Психологія. – 2000. – Вип.2. – С. 71-75.
- 121.Подолкова С.В. Фактор адресата в текстах технічної реклами й анотацій науково-експериментальних статей // Вісник СумДУ. – 2000. - № 19. – С. 40-50.
- 122.Пономарьова Ю.Б. Специфіка рекламної комунікації // Вісник КДЛУ. Сер.: Філологія. – 1997. – Вип.2. – С. 120-123.
- 123.Пономарчук В.А. Интонационно-структурные особенности диалогических единств с повторами (на материале современного английского языка): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1971. – 283 с.
- 124.Почепцов Г.Г., Рябокони Т.А. Некоторые аспекты прагматического анализа резюме научной статьи // Сб. научн. тр. – М.: МГПИИЯ им. М. Горького. – 1985. – Вып. 251. – С. 93-95.
- 125.Почепцов Г.Г. О коммуникативной типологии адресата // Речевые акты в лингвистике и методике. – Пятигорск: Пятигорск. гос. пед. ин-т. – 1986. – С. 7-10.
- 126.Почепцов Г.Г.(мл.) Коммуникативные аспекты семантики. – К.: Выща школа, 1987. – 131с.
- 127.Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. – К.: Спілка рекламистів України, Українська асоціація публік рілейшнз, 1996. – 175 с.
- 128.Проблемы текстуальной лингвистики / Ред. В.А. Бухбиндер. – К.: Выща школа, 1983. – 175 с.

- 129.Протопопова Е.А. Виды предтекстов и их структурно-семантические характеристики // Научная литература: язык, стиль, жанры / Под. ред. М.Я. Цвиллинг. – М.: Наука, 1985. – С. 259-272.
- 130.Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. – М.: Наука, 1974. – С. 28-52.
- 131.Радзієвська Т.В. Текст як засіб комунікації. – К.: АН України: Інститут укр. мови, 1993. – 194 с.
- 132.Радзієвська Т.В. Ціннісні орієнтації у семантиці мовних одиниць // Мовознавство. – 1996. - №1. – С. 14-19.
- 133.Разинкина Н.М. О понятии стереотипа в языке научной литературы (к постановке вопроса) // Научная литература: язык, стиль, жанры / Под ред. М.Я. Цвиллинг. – М.: Наука, 1985. – С. 33-47.
- 134.Разинкина Н.М. Стилистика английской научной речи: элементы эмоционально-субъективной оценки. – М.: Наука, 1972. – 168 с.
- 135.Разинкина Н.М. Функциональная стилистика английского языка. – М.: Высшая школа, 1989. – 181 с.
- 136.Рекало В.В. Зв'язність і членування тексту (на матеріалі англійської мови): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Харківськ. держ. ун-т. – Х., 1996. – 20 с.
- 137.Реферовская Е.А. Коммуникативная структура текста. – Л.: Наука, 1989. – 168 с.
- 138.Роднянский В.Л. О роли ключевого слова в понимании текста // Психолингвистические проблемы семантики и понимания текста. – Калинин: Калининск. гос. ун-т, 1998. – С. 106-114.
- 139.Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии: В 2 т. Т.1. – М.: Педагогика, 1989. – 488 с.
- 140.Русанівський В.М. Структура лексичної і граматичної семантики. – К.: Наукова думка, 1988. – 236 с.

- 141.Рябокoнь Т.А. Структурно-семантические и композиционно-содержательные особенности резюме (на материале резюме научных медицинских статей на английском языке): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1983. – 197 с.
- 142.Ряполова Л.Г. Аргументація в спонукальному дискурсі: Дис... канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 1993. – 192 с.
- 143.Светличная Е.А. Типы и функции повтора заглавных слов в текстах разных функциональных стилей: Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / ОГУ им. И.И.Мечникова. – Одесса, 1989. – 17 с.
- 144.Севбо И.П. Структура связного текста и автоматизация реферирования. – М.: Наука, 1969. – 135 с.
- 145.Селиванова О.О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд). – К.: Видавництво Українського фітосоціологічного центру, 1999. – 148 с.
- 146.Селиванова Е.А. Когнитивная ономазиология (монография). – К.: Фитосоциоцентр, 2000. – 248 с.
- 147.Сидоров Е.В. Коммуникативный принцип исследования текста // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1986. – Т.45, № 5. – С. 425-432.
- 148.Сидоров Е.В. Проблемы речевой системности. – М.,1987. – 140 с.
- 149.Сидоров Е.В. Референция. Экспрессия. Когнитивность и коммуникативное назначение языка // Знание языка и языкознание. – М.: Наука. – 1991. – С. 119-131.
- 150.Синица И.А. Повтор как средство реализации семантической связности художественного текста: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1994. – 184 с.
- 151.Сковородников А.П. Об одном виде повторной номинации со стилистической значимостью // Синтаксис текста. – М.: Наука. – 1979. – С. 182-196.
- 152.Скопюк Т.Г. Термін у семантичній структурі англомовного наукового тексту (на матеріалі текстів з обчислювальної техніки): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 1997. – 20 с.

- 153.Славгородская Л.В. О функции адресата в научной прозе // Лингвостилистические особенности научного текста. – М.: Наука. – 1981. – С. 93-103.
- 154.Словарь лингвистических терминов / Сост. О.С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 1969. – 608 с.
- 155.Словарь практического психолога / Сост. С.Ю. Головин. – Минск: Харвест, 1997. – 800 с.
- 156.Смахтина Т.С. Взаимодействие разноуровневых повторов в системе текста // Текстовый и синтаксический уровень стилистического анализа. – Л.: ЛГПИ им. А.И. Герцена. – 1989. – С. 145-152.
157. Смушинська І.В. Теоретичні засади дослідження текстової категорії модальності у ракурсі теорії мовленнєвої діяльності // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К.: Видавничий центр КНЛУ. – 2001. – С. 230-237.
- 158.Соколова І.В. Імплицитний повтор як засіб реалізації прагматичної мети текстів-анонсів // Тези Міжнародн. конф. “Іноземна філологія на межі тисячоліть”. – Харків: Константа. – 2000. – С. 281-282.
159. Соколова І.В. Композиційна модель тексту-анонсу як експлікація категорії стереотипності // Вісник Сумськ. держ. ун-ту. Сер. Філологічні науки. – 2001. - №2 (23). – С. 51-59.
160. Соколова І.В. Особливості реалізації адресантно-адресатних відношень в текстах-анонсах // Вісник Сумськ. держ. ун-ту. Сер. Філологічні науки. –2001. - №5 (26). – С. 167-173.
- 161.Соколова І.В. Повтор как средство обеспечения семантической связности текста // Вісник Харківськ. держ. ун-ту. – 1999. – № 430. – С. 189-193.
- 162.Соколова І.В. Повтор як засіб актуалізації інформативної та рекламної функцій тексту-анонсу // Гуманітарний вісник. Сер. Іноземна філологія. – Черкаси: ЧІТІ. – 2000. - №4. – С. 278-283.
- 163.Соколова І.В. Прагматичні параметри функціонування категорії повтору в текстах-анонсах // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КДЛУ. Сер. Філологія. Педагогіка. Психологія. – 2000. – Вип.1. – С. 332-338.

164. Соколова И.В. Реализация прагматической направленности текстов-анонсов через категорию повтора // Вісник Харківськ. держ. ун-ту. – 1999 – №461 – С. 263-268.
165. Соколова І.В. Структурно-семантичні та функціональні характеристики повтору в текстах-анонсах // Філологічні студії. – Луцьк: Волинськ. держ. ун-т. – 2000. – №2. – С. 91-97.
166. Соколова И.В. Функциональная нагрузка повтора в разных текстах // Мовна компетенція, креативність та актуальні проблеми викладання іноземних мов. – Харків: Константа. – 1998. – С. 165-168.
167. Соколовская К.А. Прагматическая интерпретация аспектуальной характеристики высказывания // Вопр. языкознания. – 1993. - № 5. – С. 59-69.
168. Сорокин Ю.А. Психо-лингвистические аспекты изучения текста. – М.: Наука, 1985. – 167 с.
169. Сотникова А.Л. Фактор реципиента и способы его экспликации в различных типах текстов // Языковые единицы в речевой коммуникации. – Л.: Ленингр. гос. ун-т. – 1991. – С. 105-116.
170. Стеллиферовский А.В. Некоторые структурно-смысловые характеристики информационных газетных текстов // Функциональные стили: Лингвометодические аспекты. – М.: Наука, 1985. – С. 63-73.
171. Стилистика английского языка / Мороховский А.Н., Воробьева О.П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З.В. / Под ред. В.Г. Байкова. – К.: Выща школа, 1991. – 272 с.
172. Стриженко А.А. Прагматическая ориентация рекламы // Прагматические аспекты функционирования языка. – Барнаул: Алтайск. гос. ун-т. – 1983. – С. 71-83.
173. Сусов И.П. Семантические функции основных лингвосемиотических объектов // Предложение и текст в семантическом аспекте. – Калинин: Калинин. гос. ун-т. – 1978. – С. 122-138.
174. Сычев О.А. Филологический анализ американской рекламы // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М.: Наука, 1996. – С. 96-108.

- 175.Тарасова Е.В. Речевая системность и контекст // Мовна компетенція, креативність та актуальні проблеми викладання чужоземних мов. – Харків: Константа. – 1998. – С. 168-175.
- 176.Текст и перевод / Под ред. В.Н. Комиссарова, Л.А. Черняховской, Л.К. Латышева и др. – М.: Наука, 1988. – 165 с.
- 177.Теория перевода и сопоставительный анализ языков / Под ред. Э.М. Медниковой. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1985. – 142 с.
- 178.Торсуева И. Г. Детерминированность высказывания параметрами текста // Вопр. языкознания. – 1986. - №1. – С. 65-74.
- 179.Траченко О.Н. Стилистические характеристики заглавия как знака текста в синтагматике и парадигматике (на материале современного английского рассказа): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1984. – 200 с.
- 180.Трояновская Е.С. Лингвистическое исследование немецкой научной литературы. – М., 1982. - 250 с.
- 181.Тураева З.Я. Лингвистика текста. – М.: Просвещение, 1986. – 127 с.
- 182.Тураева З.Я. Темпоральная структура научных и художественных текстов // Функциональные стили: Лингвометодические аспекты. – М.: Наука, 1985. – С. 26-29.
- 183.Федорова Л.Н. Повтор как средство формирования категории ретроспекции в художественном тексте // Сб. научн. тр. – М.: МГПИИЯ им. М. Горького. – 1981. – Вып. 178. – С. 68-80.
- 184.Хвесина М.В., Шабанова Т.Д. О некоторых тенденциях развития связности текста в английской научной прозе // Вопросы анализа специального текста: Межвузовск. тематич. научн. сб.. – Уфа: Башкирск. гос. ун-т. – 1982. – С. 104-108.
- 185.Чернов Г.В. Основы синхронного перевода. – М.: Высшая школа, 1987. – 256с.
- 186.Шахнарович А.М., Габ М.А. Прагматика текста: психолингвистический подход // Текст и коммуникация. – М.: Ин-т языкознания АН СССР. – 1991. – С. 68-80.

- 187.Швачко С.О. Дистинктивні риси нетипових текстів // Мови європейського культурного ареалу: проблеми розвитку і взаємодії. – Київ: КДУ. – 1995. – С. 128.
- 188.Швачко С.А. Лингвистические параметры научно-технического текста // Науково-теоретична конф. – Суми: СумДУ. – 1995. – С. 97-98.
- 189.Швачко С.О. Когнітивні аспекти граматичних категорій // Провідні лінгвістичні концепції кінця ХХ століття: Тези Всеукраїнської наукової конференції. – Львів: ЛДУ ім. І. Франка. – 1996. – С. 268.
- 190.Швачко С.О. Текстцентричне вивчення мови на сучасному етапі // Міжнар. конф. “Гуманістичні засади у педагогічній концепції Н.К. Крупської та сучасності”. – Горловка: ГППМ. – 1997. – С. 37.
- 191.Швачко С.А., Журавлева С.И., Кобякова И.К. Категории нетипичных текстов. – Сумы, 1994. – 103 с. – Рус. – Деп. в ГНТБ Украины 21.01.95, №175. – Ук 94.
- 192.Шевченко И.С. Историческая динамика прагматики предложения: английское вопросительное предложение 16-20 вв. – Харьков: Константа, 1998. – 168 с.
- 193.Шестакова И.Г. О композиционной организации текста научно-технической рекламы // Лингвистические средства текстообразования. – Барнаул: Алтайск. гос. ун-т. – 1985. – С. 64-74.
- 194.Шехтман Н.А. О семантическом повторе // Стилистика романо-германских языков: Уч. записки Ленингр. пед. ин-та. – 1972. – Т. 491. – С. 165-169.
- 195.Ямчинская Т.И. Лингвистические особенности текстов рекламных аннотаций художественных произведений современной английской прозы: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1997. – 197 с.
- 196.Ямчинська Т.І. Специфіка текстів анотацій художніх творів сучасної англомовної прози // Вісник КДЛУ. Сер.: Філологія. – 1997. – Вип.1. – С. 114-124.

197. Янко Т.Е. О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии (на материале русского языка) // *Вопр. языкознания*. – 1999. – №41. – С. 28-55.
198. Ярцева Е.Б. Повторная номинация в текстах художественной прозы (на материале английского языка): Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / ЛГПИ им. А.И. Герцена. – Ленинград, 1985. – 17 с.
199. Alvermann D. Graphic organizers: Cuing devices for comprehending and remembering main ideas // *Teaching main idea comprehension* (Ed. J. Baumann). – Newark, DE: IRA, 1986. – P. 210-238.
200. Anopina O.V. Advertisement Texts: Conceptual Design // *Cognitive / Communicative Aspects of English*. – Cherkasy: Cherkasy State University. – 1999. – P. 57-58.
201. Baer E. The Pragmatics of Cognitive Frames: a Case Study // *The USSE Messenger*. – 2000. – Vol.1. – P.10-23.
202. Carrell P. Awareness of text structure: Effects on recall // *Language Learning*. – 1992. – No. 42. – P. 1-20.
203. Chafe W. Cognitive constraints on information flow // *Coherence and grounding in discourse* (Ed. R.S. Tomlin). – Amsterdam: John Benjamins, 1987. – P. 21-51.
204. Crystal D. *Linguistics*. – Penguin Books, 1997. – 267 p.
205. Crystal D. *The Cambridge Encyclopedia of the English Language*. – Cambridge University Press, 1995. – 489 p.
206. Depraetere I. On the resultative character of present perfect sentences // *Journal of Pragmatics*. – 1998. – Vol. 29, No. 5. – P. 597-614.
207. Dyachuk N. Discourse Markers and Their Syntactic Position in Aphoristic Sentences // *Cognitive / Communicative Aspects of English*. – Cherkasy: Cherkasy State University. – 1999. – P. 67-68.
208. Fomenko O.G. Cognitive Aspects of Text Evolution // *Cognitive / Communicative Aspects of English*. – Cherkasy: Cherkasy State University. – 1999. – P. 55-56.
209. Fowler H.R. *The Little, Brown handbook*. – Little, Brown & Company (Inc.). – 1986. – 650 p.

210. Fredsted E. On semantic and pragmatic ambiguity // *Journal of Pragmatics*. – Ed-s Jacob & Mey, C. Caffi, H. Haberland, R. W. Janney. Amsterdam. – 1998. – Vol. 30, No. 5. – P. 527-542.
211. Fries P. The structuring of information in written English texts // *Language Sciences*. – 1993. – No. 14. – P. 461-488.
212. Fries P. On theme, rheme and discourse goals // *Advances in written text analysis* (Ed. M. Coulthard). – London: Routledge, 1994. – P. 229-249.
213. Galperin I. R. *Stylistics*. – M.: Higher School, 1977. – 335 p.
214. Giora R. Discourse coherence as an independent notion: A reply to Deirdre Wilson // *Journal of Pragmatics*. – 1998. – Vol. 29, No. 1. – P. 75-86.
215. Gladio S. *Literary Text: Cognitive Aspect of Emotivity* // *Cognitive / Communicative Aspects of English*. – Cherkasy: Cherkasy State University. – 1999. – P. 54-55.
216. Halliday M. A. K., Hasan R. *Cohesion in English*. – London: Longman, 1976. – 236p.
217. Hyland K. Persuasion and context: The pragmatics of academic metadiscourse // *Journal of Pragmatics*. – 1998. – Vol. 30, No. 4. – P. 437-456.
218. Kecskes I. A cognitive-pragmatic approach to situation-bound utterances // *Journal of pragmatics*. – 2000. – Vol. 32, No. 5. – P. 605-626.
219. Knott A., Sanders T. The classification of coherence relations and their linguistic markers: An exploration of two languages // *Journal of Pragmatics*. – 1998. – Vol. 30, No. 2. P. 135-176.
220. Kolegayeva I., Voronyuk O. *Cognitive Aspects of Intralingual and Interlingual Paronymous Attraction in Mass Media Communication* // *The USSE Messenger*. – 2000. – Vol. 1. – P. 35-40.
221. Leech G. *Semantics*. – Penguin Books, 1974. – 386 p.
222. Leon Ping, Alvin. Text-level themes: A cognitive psychological perspective // *Text: An interdisciplinary journal for the study of discourse* / Ed-s: Strikant Sarangi, John Wilson. – 1999. – Vol. 19-1. – P. 25-56.
223. Nauta D. *The meaning of information*. – The Hague-Paris: Mouton, 1970. – 301 p.

224. Oxford Advanced Learner's Dictionary/Ed. J. Crowther. – Oxford University Press, 1995. – 1428 p.
225. Rubovitz T. Evidential-Existentials: The interaction between discourse and sentence structure // *Journal of Pragmatics*. – 1999. – Vol. 31, No. 8. – P. 1025-1040.
226. Rush S. The noun phrase in advertising English // *Journal of Pragmatics*. – 1998. – Vol. 29, No. 2. – P. 155-172.
227. Sadowski P. Literature as Interaction: a Systems Model of Literary Composition and Reception // *The USSE Messenger*. – 2000. – Vol. 1. – P. 80-86.
228. Simon-Vandenberghe A.M. *The Grammar of Headlines in the Times 1870-1970*. – Paleis der Academien. Brussel, 1981. – 362 p.
229. Sokolova I. Author's Intention Through Repetition // *Cognitive / Communicative Aspects of English*. – Cherkasy: Cherkasy State University. – 1999. – P. 66-67.
230. Sokolova I. Pragmatic-Communicative Characteristics of Repetitions in Texts-Announcements // *Pragmatics and Beyond*. – Kharkiv: Vasyl Karazin National University. – 2001. – P. 81-83.
231. Sokolova I. The Typology of Repetitions in Text Prefaces // *The USSE Messenger*. – 2000. – Vol. 1. – P. 101-105.
232. Wilson D. Discourse coherence and relevance // *Journal of Pragmatics*. – 1998. – Vol. 29, No. 1. – P. 57-74.
233. Yamchinska T.I. The Concept of Intertextuality and a Text Prototype // *Cognitive / Communicative Aspects of English*. – Cherkasy: Cherkasy State University. – 1999. – P. 52-53.
234. Zhabotinska S.A. Cultural Aspects of Language Functioning. Mental Models and their Transformation // *IATEFL – Ukraine. Newsletter*. - #4. – 1996. – P. 5-6.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. ACU - Analytical Chemistry Update. – UK: John Wiley & Sons Ltd, 1998. – 12 p.
2. AE - Automotive Engineer. – UK: Professional Engineering Publishing Limited, 1999. – 4p.
3. AMI - Anbar Management Intelligence. – England: Anbar Electronic Intelligence, 1998. – 4p.
4. AMT - Advanced Manufacturing Technology. – MCB University Press Limited, 1999. – 4p.
5. CA - Computer Abstracts. – England: Anbar Electronic Intelligence, 1998. – 4p.
6. CC 2000 - Cambridge ELT Catalogue 2000. – Cambridge University Press, 2000, - 74p.
7. CH - Chemical Handbooks. – England: Ashgate Publishing, 1999. – 4p.
8. CSPC - Communications Society Periodicals Catalogue. – USA: IEEE Communications Society, 1999. – 20p.
9. EE - Environmental Engineering. – UK: Professional Engineering Publishing Limited, 1999. – 4p.
10. EL&L - English Language and Linguistics. – UK: Pearson Education, 2000. – 24p.
11. GDH - Gardner's Digital Handbook. – England: Ashgate Publishing, 1999. – 6p.
12. HL - History of Linguistics. Subject Catalog. – UK: John Benjamins Publishing Company, 1999. – 16p.
13. ICEA - International Civil Engineering Abstracts. – England: Anbar Electronic Intelligence, 1998. – 4p.
14. ICEAD - International Civil Engineering Abstracts Database. – England: Anbar Electronic Intelligence, 1999. – 4p.
15. IPR - The Intellectual Property Reports. - UK: Sweet & Maxwell, 1997. – 4p.
16. IS - Instruments of Science: An Historical Encyclopedia. – UK: Garland Publishing, Taylor & Francis Group, 1998. – 2p.
17. JSA - The Journal of Strain Analysis for Engineering Design. – UK: Professional Engineering Publishing Limited, 1999. – 4p.

- 18.MPID - Music Publishers' International ISMN Directory 1998/99. – Germany: K.G.Saur Verlag, 1998. – 4p.
- 19.NVTR - A New Vision Takes Root: International Catalogue. – UK: The Gale Group, 1999. – 112p.
- 20.PC - Publications Catalogue 1999/2000. – UK: Professional Engineering Publishing Limited, 1999. – 112 p.
- 21.PE - Professional Engineering. – UK: Professional Engineering Publishing Limited, 1999. – 4p.
- 22.Ph 2000 - Philosophy 2000: books and journals. – UK: Blackwell Publishers, 2000. – 60p.
- 23.PIME - Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers. – UK: Professional Engineering Publishing Limited, 1999. – 12p.
- 24.RLR - Routledge Library Reference, 1999/2000. – UK: Routledge, 1999. – 48p.
- 25.S 2000 - Spring 2000: New Titles. – UK: John Benjamins Publishing Company, 2000. – 40p.
- 26.SE - Sciences of the Earth. – UK: Garland Publishing, Taylor & Francis Group, 1998. – 2p.
- 27.SIFE - Specialist Information in the Field of Engineering, Material Science and Technology. – MCB University Press Limited, 1999. – 32p.
- 28.T&T - Translation & Terminology. – UK: John Benjamins Publishing Company, 2000. – 26p.
- 29.YIO - Yearbook of International Organizations 1998/99. – Germany: K.G.Saur Verlag, 1998. – 6p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Ілюстративний матеріал з каталогу науково-популярних публікацій
“Philosophy 2000”

Додаток Б

Ілюстративний матеріал з каталогу науково-популярних публікацій

“A New Vision Takes Root”

Додаток В

Ілюстративний матеріал з каталогу науково-технічних публікацій
“Analytical Chemistry Update”

Додаток Д

Ілюстративний матеріал - рекламна листівка науково-популярної публікації
“Instruments of Science”

Додаток Е

Ілюстративний матеріал – рекламний проспект видавництва Sweet & Maxwell

