

КОМПОЗИЦІЙНА МОДЕЛЬ ТЕКСТУ-АНОНСУ ЯК ЕКСПЛІКАЦІЯ КАТЕГОРІЇ СТЕРЕОТИПНОСТІ

Дослідження композиційної організації текстів-анонсів сприяє вивченню процесу передачі і 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 щодо один одного, так і стосовно всього тексту [1:50].

Текст-анонс має прагматично обумовлену композиційну організацію. З одного боку, композиційна організація ТА визначається низкою прагматичних завдань тексту, з іншого – екстралінгвістичними умовами функціонування. До екстралінгвістичних умов функціонування ми відносимо, перш за все, спосіб публікації: а) в каталозі поруч із іншими ТА; б) у вигляді рекламної листівки. Ці розбіжності зумовлюють існування двох структурних типів ТА: відповідно стислого ТА і розгорнутого ТА.

Прагнення до компресії інформацій та до експліцитності викладення зумовлює специфічне композиційне членування ТА. Слід відзначити стереотипність композиційної моделі ТА, що допомагає 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 [2:208]. Композиція ТА розглядається нами як послідовне розміщення комунікативних блоків за визначеною схемою, яка найбільш відповідає реалізації прагматичної настанови тексту. Послідовність комунікативних блоків може змінюватись залежно від інтенції продуцента.

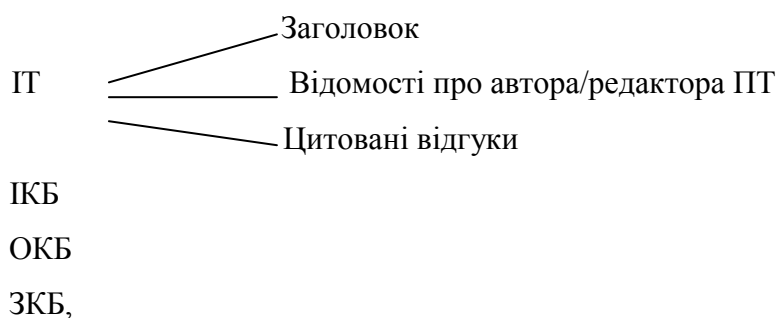
Аналіз ряду текстів-анонсів дає можливість стверджувати, що у виборі композиційної моделі кожного окремого тексту діє правило стерео типізації: різні типи ТА будуються за подібними моделями. При цьому розбіжності між моделями не можуть бути значними, бо суттєві зміни в композиційно-смысловій організації тексту ведуть до зміни всього типу тексту, його жанрової своєрідності, оскільки композиція є каркасом, на якому тримається текст [1:49].

Стереотипна побудова ТА зумовлюється двома факторами – фактором адресанта і фактором адресата. Адресант / продуцент ТА, в ролі якого виступає певна установа (видавництво, яке складає каталоги про свої публікації), керується правилами, що існують в даній сфері реклами. Незважаючи на різноманітність інформації, яка надається різними видавництвами, композиційна модель ТА в різних каталогах залишається незмінною. Побудова даного типу текстів кодифікована і регламентується низкою правил, які визначають тему, порядок викладення, структуру і підбір мовних засобів. Все це підпорядковано основній прагматичній меті ТА – наданні максимального обсягу інформації за мінімальний проміжок часу.

Порядок проходження і 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 покращити процес сприйняття і розуміння її адресатом.

Композиційна структура ТА відбиває **жанровий принцип** їх побудови, який ґрунтується на єдності форми даних текстів та їх змісту, і якісно відрізняє від інших жанрових різновидів [3:66].

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



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 і 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 є тією силою, що обумовлює однакову внутрішню організованість даних текстів [3:73]. Саме ця логічна структура об'єднує всі практично існуючі ТА в єдиний жанр.

Стислий і розгорнутий структурні типи ТА побудовані за однаковою моделлю, що ще раз підтверджує функціонально-прагматичний характер композиційної організації даного типу текстів. Композиційна модель розгорнутого типу ТА характеризується більшим за обсяг основним КБ, який поділено на параграфи з графічно виділеними заголовками. Однак лексико-синтаксичне

наповнення згаданих структурних типів ТА має свої прагматично зумовлені особливості, які розглядаються нижче.

Першою структурно-семантичною ланкою ТА є **заголовок**, який виступає індикатором тексту, його верхньою межею. У всіх без винятку випадках заголовок подає назву нової публікації (первинного тексту). Заголовок виконує текстотвірну роль, бо є “центром ваги” тексту, утримує наступні структурно-семантичні ланки у статусі підлеглих [3:68].

Основною текстотвірною потенцією заголовка є його **проспективна функція**. Заголовок спрямовує основний текст на розвиток теми і відіграє роль сильного психологічного чинника, який впливає на читача. Заголовок виконує також інформативно-інтродуктивну функцію – інформує реципієнта про тему нової публікації.

У процесі дослідження парадигми ТА ми дійшли висновку про надзвичайну важливість заголовка в організації сприйняття даного типу текстів. Експліцитне надання теми повідомлення в сильній позиції тексту виконує функцію привернення уваги до самого повідомлення.

Статус індикаторів тексту мають також дві наступні ланки композиційної моделі тексту. Обсяг **відомостей про автора/редактора ПТ** варіюється від 2 до 100 слів і визначається структурним типом ТА. Надання детальної інформації про редактора в ТА слугує меті психологічного впливу на реципієнта шляхом створення позитивної атмосфери навколо публікації: реципієнт отримує інформацію про компетентність редактора в даній сфері діяльності, що є своєрідним гарантом якості нової публікації.

Пор.: (1) *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.

(Engineering, Materials Science and Technology, 12)

Але розгорнута презентація інформації про автора/редактора не є типовим засобом в рамках ТА. Даний 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:

(1) 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.

(2) General Editor: Edward Craig, Churchill College, Cambridge, UK.

(3) Edited by H. Rahnejat and R. Whalley.

(4) By H. Rahnejat.

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

Далі цитуються **відгуки** письменників / журналістів провідних видавництв про твір, який анонсується даним текстом. Зазвичай, це робиться тоді, коли публікація є повторним виданням. 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 є 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: в каталогах популярних видань наявність відгуків складає від 18 до 48,7%, в 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 більш пояснювальний характер і містять в собі 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 розраховані на вузькі кола фахівців і не потребують рекламування шляхом привернення уваги реципієнтів.

Основний текст ТА складається із 1-7 абзаців. Кількість абзаців залежить від екстралінгвістичної ситуації функціонування ТА: якщо даний 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. Для інтродуктивного КБ у рамках тексту-анонсу характерні повне повторення заголовка і наявність оцінної лексики.

Пор.: (1) ***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.

(Spring 2000, 13)

(2) ***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.

(The Gale Group Catalogue, 49)

(3) ***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.

(Professional Engineering Publishing, 59)

Головне завдання інтродуктивного КБ – привернути увагу реципієнта до твору. КБ психологічно впливає 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), так і непряме звернення до реципієнта (через перелік припустимих реципієнтів даного тексту), що підвищує психологічний вплив на читача:

(1) *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.*

(The Intellectual Property Reports)

(2) *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.*

(Professional Engineering Publishing)

У деяких ТА розгорнутого структурного типу інформація про реципієнта надається у вигляді окремого блоку.

Пор.: *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.

(Advanced Manufacturing Technology)

Подальше утримання уваги досягається в межах КБ через надання стислої, найбільш актуальної інформації про публікацію. Умови розміщення тексту-анонсу визначають максимальну інформативність КБ, бо реципієнт, переглядаючи каталог, прагне знайти інформацію з конкретної теми. Орієнтування на комунікативну настанову реципієнта зумовлює прагнення забезпечити максимальну інформативність КБ з боку продуцента.

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

*(1) 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 ...*

(Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, 9)

(2) 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 ...*

(Professional Engineering Publishing, 37)

(3) 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?

(Routledge Library Reference, 33)

Основною прагматичною настановою такого інтродуктивного блоку є введення реципієнта в круг проблем даної публікації, чим пояснюється актуальність її появи і необхідність придбання / прочитання.

Основний комунікативний блок розширює, конкретизує інформацію, яка була надана в ІКБ. Він містить в собі інформацію про структуру публікації, перелік тем, а також в деяких випадках визначає можливості застосування інформації, отриманої з даної публікації. Організація мовних засобів в ОКБ, його обсяг і структура підпорядковані прагматичній настанові ТА.

Функцією **заключного комунікативного блоку** будь-якого тексту є підведення підсумків та висновків до всього тексту. В такому вигляді ЗКБ в 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 розділів.

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

Таким чином, комунікативна модель ТА являє собою певну функціональну систему – послідовність компонентів, які є репрезентованими комунікативними блоками, що розрізняються своїми функціями як щодо один одного, так і стосовно всього тексту. Стереотипність композиції

ТА підвищує інформативність тексту і забезпечує адекватне сприйняття інформації; вся композиційна будова тексту характеризується прагматичною спрямованістю.

SUMMARY

The present paper is devoted to the analysis of compositional structure of Texts-Announcements (TA). Compositional model of TA is characterized as pragmatically stipulated and stereotypically organized. Stereotypic organization of compositional model increases text's informative value and promotes effective communication.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гнатюк Н.Г. Предисловие как тип текста в сфере научной коммуникации // Текст и его категориальные признаки: Сб. научн. тр. – К.: КГПИИЯ, 1989. – С. 47-51.
2. Мороховский А.Н., Воробьева О.П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З.В. Стилистика английского языка. – К.: Выща школа, 1991. – 272с.
3. Шестакова И.Г. О композиционной организации текста научно-технической рекламы // Лингвистические средства текстообразования: Сб. научн. тр. – Барнаул, 1985. – С. 64-74.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

Publications Catalogue 1999/2000. – UK: Professional Engineering Publishing Limited, 1999. – 112p.

A New Vision Takes Root: International Catalogue. – UK: The Gale Group, 1999. – 112p.

Routledge Library Reference, 1999/2000. – UK: Routledge, 1999. – 48p.

Spring 2000: New Titles. – UK: John Benjamins Publishing Company, 2000. – 40p.

The International Property Reports. - UK: Sweet & Maxwell, 1997. – 4p.

Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers. – UK: Professional Engineering Publishing Limited, 1999. – 12p.

Advanced Manufacturing Technology. – MCB University Press Limited, 1999. – 4p.

Specialist Information in the Field of Engineering, Material Science and Technology. – MCB University Press Limited, 1999. – 32p.