

ЯМЧИНСЬКА Т. І.

## **ОРГАНІЗАЦІЯ СЕМАНТИКИ ТЕКСТІВ РЕКЛАМНИХ АНОТАЦІЙ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ СУЧАСНОЇ АНГЛОМОВНОЇ ПРОЗИ**

Для аналізу семантики тексту рекламної анотації художнього твору сучасної англomовної прози як особливого гібридного утворення, в якому одночасно передається інформація про основний зміст художнього твору і інформація, яка рекламує цей твір, найоптимальнішим видається використання моделі "семантична капсула" [4,454]. Ця модель спирається на виділення двох семантичних зон: ядерної і периферійної, спрямоване на виявлення і опис сфер, що втілюють компоненти організації семантики тексту.

Семантичне ядро в тексті рекламної анотації подає основний зміст художнього твору. Аналіз текстів рекламних анотацій художніх творів дозволив виділити наступні варіанти подання основного змісту:

- розкриття теми твору;
- виведення головної сюжетної лінії;
- окреслення основних сюжетних ліній та експлікація теми;
- переказ змісту до зав'язки і подання можливих ліній розв'язки;
- формулювання ключової проблеми та переказ сюжету до зав'язки;
- виведення основних сюжетних ліній та переказ подій після зав'язки.

Виділені способи подання основного змісту художнього твору в семантичному ядрі текстів рекламних анотацій демонструють, що в певних випадках ядро анотації має тенденцію до розширення. В більшості проаналізованих анотацій ядро включає один з варіантів переказу змісту твору, тобто розкриваючи Як перебігала дія, воно певною мірою відбиває процес розвитку подій в творі, що рекламується.

На відміну від текстів інформуючих анотацій, семантика яких моделюється за допомогою фреймів, ядро текстів рекламних анотацій можна більш точно описати, використовуючи сценарії - семантичні структури, що

акцентують розвиток ситуації, або іншими словами, використовуючи динамічні фрейми ( пор. протиставлення зображувального та інформуючого типів мовлення [2, 169-173]).

Сценарій, або динамічний фрейм, тексту рекламної анотації художнього твору сучасної англomовної прози базується на фреймі, який використовується для моделювання семантики інформуючої анотації, і який включає слоти **ТАКИЙ, ХТОСЬ, РОБИТЬ ЩОСЬ, ТУТ, ЗАРАЗ**, з обов'язковим додаванням слота **ТАК (У ТАКИЙ СПОСІБ)**, який розкриває як проходить перебіг дій у творі та яким є характер цих дій.

Використовуючи модифікацію універсального предметно-центричного фрейму [1, 38] для моделювання ядерної семантичної зони текстів рекламних анотацій художніх творів сучасної англomовної прози та керуючись результатами нашого дослідження, ми організували всі слоти в рамках трьохрівневої схеми, в якій слоти **ХТОСЬ, РОБИТЬ ЩОСЬ** і **ТАК** займають центральне місце.

Спираючись на цю схему, ми вивели базовий сценарій ядерної семантичної зони тексту рекламної анотації художнього твору як розповідь про те, що з [(**ТАКИМ**) **КИМОСЬ** / головним персонажем/ **ВІДБУВАЄТЬСЯ ЩОСЬ ТАК (ДЕСЬ) (КОЛИСЬ)**].

Аналіз ядерної семантичної зони текстів рекламних анотацій художніх творів сучасної англomовної прози демонструє, що при створенні конкретних текстів залучено не повний сценарій, а лише його окремі слоти, причому слот **ТАК**, який співвідноситься з текстовою складовою, що передає характер розвитку подій в творі, пропонує декілька варіантів розкриття цього характеру (опис зав'язки, виведення основних сюжетних ліній тощо). У зв'язку з цим, в текстах рекламних анотацій подача основного змісту художнього твору може приймати різні форми - від стислої (формулювання теми) до розширеної (переказ змісту).

Периферійна зона тексту рекламної анотації нашаровується на його семантичне ядро [3,44; 4,454], несучи багатопланову інформацію про

художній твір. Периферійна зона приймає вигляд списку особливостей твору, що рекламується. Слід підкреслити, що принцип побудови периферії як списку, складеного за певними пунктами, дає можливість говорити про те, що саме така модель відповідає “завданню стислого й чіткого опису” [5,35] художнього твору, що рекламується.

Дослідження текстів рекламних анотацій з точки зору того, які особливості художніх творів можуть входити до їхньої периферійної семантичної зони, дозволило висунути наступні тематичні складові: власне твір, його автор чи його потенційний читач. Разом з тим, кожна тематична складова периферійної зони семантики має власний інвентар підтем. Ці складові повторюються із анотації в анотацію в тих або інших варіантах і в сукупності складають стандартну тематику периферійної зони семантики рекламної анотації художнього твору сучасної англійської прози.

Периферійна зона тексту рекламної анотації, описуючи достоїнства художнього твору, нашаровується на семантичне ядро, яке передає основний зміст твору, і надає читачеві гарантії користі від читання рекламованого твору через використання цитування позитивних думок авторитетних джерел в якості аргументативного способу впливу. Загальна позитивність подання художнього твору в текстах рекламних анотацій, таким чином, підкоряється глобальній ознаці рекламних текстів - ознаці позитивного впливу на адресата.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Жаботинская С.А Когнитивные и номинативные аспекты класса числительных. - М.: Институт языкознания РАН, 1992,- 216с.
2. Золотова Г.А К вопросу о конститутивных единицах текста// Русский язык. Функционирование грамматических категорий. Текст и контекст. - М.: Наука, 1984 - С.162-173.
3. Мороховська Е.Я. До проблеми моделювання семантики тексту// Художній текст в культурному, філологічному та лінгвістичному аспектах. Тези доп. міжвуз. конфер. - К.: КДППМ, 1991. - С.43-45.

4. Мороховська Е.Я. Основи граматики англійської мови: Теорія (практика: Навч. посібник. - К.: Вища школа, 1993. - 472с.

5. Радзієвська Т.В. Текст як засіб комунікації/ АН України; Інститут укр. мови. - К., 1993.- 194с.