



Олена ПАНЧЕНКО

*доктор філологічних наук,
професор кафедри перекладу та
лінгвістичної підготовки іноземців
Дніпропетровського національного
університету
імені Олеся Гончара*

УДК 811.161.1'38

РЕКЛАМНОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ КАК СЖАТЫЙ ТЕКСТ

В статье рассматривается понятие сжатого текста, предлагается его определение, названы жанры современных сжатых текстов. Самые заметные лингвальные особенности сжатого текста анализируются на материале современных рекламных объявлений в периодических изданиях. Эти особенности имеют место на всех уровнях языка. К ним можно отнести графические сокращения, особую роль пунктуационных знаков, преобладание существительных и прилагательных над другими частями речи, короткие простые предложения, семантическую компрессию и тому подобное.

***Ключевые слова:** сжатый текст, компрессия, уровень языка, графические сокращения, семантическая компрессия.*

Актуальность данного исследования обусловлена значительной ролью сжатых текстов (СТ) во многих сферах деятельности человека (реферирование, аннотирование, сообщение новостей, SMS-переписка и др.). В исследованиях современных лингвистов большое внимание уделяется тем разновидностям произведений научно-технического, официально-делового, газетно-публицистического и в определенной мере художественного стиля, которые характеризуются значительной степенью экономии языковых средств. Так, в работах М. Васильевой и Е. Закгейм, В. Кобкова, Т. Ковальчук, В. Мироновой, И. Севбо, Э. Скороходько, В. Соловьева и ряда других авторов рассматриваются композиционные и лингвистические особенности рефератов как образца СТ научно-технического стиля. Новыми разновидностями СТ этого стиля, появившимися в последние годы, можно считать дайджест, форум, он-лайн-статью.

Исследование краткости и компрессии текста ведут Б. Дюндик, И. Инфантова, К. Сухенко и многие другие авторы, однако проблема, связанная с влиянием объема текста на процесс и результат его сжатия, еще остается нерешенной [см. 1–9].

Объем информации, накопленной человечеством, огромен и постоянно увеличивается. Для ее усвоения, хранения и передачи пользователям так или иначе приходится прибегать к сжатым текстам (реферат, аннотация, словарная дефиниция и др.). Сжатые тексты, будучи широко распространенным в различных сферах человеческой деятельности способом общения, представляют собой своеобразное явление со своими устойчивыми параметрами и четкой прагматической направленностью как в статике, так и в динамике.

Под термином «сжатый текст» мы понимаем сообщение, объективированное подобно любому иному тексту в письменной форме, построенное путем сокращения полного текста либо созданное как изначально краткое, предназначенное при необходимости

для дальнейшего развертывания в более объемный текст. Сжатый текст имеет повышенную информативную насыщенность по сравнению с первичным полным вариантом, что достигается благодаря разнообразным обязательным и факультативным средствам всех уровней языка.

С формальной точки зрения сжатые тексты можно разделить на нормированно сжатые и форсированно сжатые, т. е. составленные с нарушением каких-либо существующих норм современного литературного языка. Примером первого типа могут быть тезисы научного сообщения, второго – газетное объявление или словарная статья.

Сжатые тексты имеют комплекс факультативных признаков как в плане выражения, так и в плане содержания. Происходят изменения, направленные на повышение информативной насыщенности текста. Осуществляется количественное сокращение речевого произведения благодаря применению разнообразных графических сокращений, условных обозначений, элиминации лишних слов, эллипсиса вспомогательных лексико-синтаксических единиц. Качественные преобразования в сжатых текстах выражаются в изменении соотношения частей речи, в первую очередь за счет нивелирования служебных слов, информативно насыщенные формы косвенных падежей вытесняют формы именительного падежа; в целом преобладают более простые по составу и значению грамматические категории. Сжатые тексты находят широкое применение в средствах массовой информации, при передаче сообщений по каналам связи» в официально-деловом общении (краткие газетные сообщения, телефонограммы, телефаксы, протоколы, СМС и т. п.).

Получение выводных данных в процессе обработки информации и/или языка сообщения является важной когнитивной операцией человеческого мышления, в ходе которой, опираясь на непосредственно содержащиеся в тексте сведения, человек выходит за пределы данного и получает новую информацию. Такие тексты требуют достраивания ситуации на основе знания мира и восполнения нужных логических связей, понимания того, что имплицитно содержится в тексте. В художественной литературе можно найти любопытные примеры этого процесса: *Прочтя в черноморской вечерке объявление: «Сд.пр. ком. в. уд. в. н. м. од. ин. хол.» и мигом сообразив, что объявление это означает – «Сдается прекрасная комната со всеми удобствами и видом на море одинокому интеллигентному холостяку».*

В настоящее время имеется огромное количество бумажных и электронных периодических изданий, в которых собраны краткие газетные объявления, подобные приведенному выше примеру. С целью ограничения фактического материала исследования мы остановимся на менее описанном виде объявлений – объявления о продаже животных.

Как известно, компрессия может проявляться в сжатых текстах на разных уровнях. На графемном уровне компрессия текста осуществляется в следующих случаях:

– буквенные сокращения: к общепринятым сокращениям можно отнести сокращения типа *и т. д.* (и т ак далее), *т. к.* (т ак как), *кг* (килограмм), *км* (километ р), *в.* (век), *вв.* (века), *г.* (год) и некот орые другие, например: *Отдам в хор. руки котят, красив., пуш., 2 мес., к туал. приуч.* Звонить: 067...; *Клубные щенки Крупные, костистые, классический чистый чепрачный окрас, темные глаза, прикус – норма. Прививки, ветеринарные обработки, родословная КСУ-FCI, паспорт, клеймо. Дата рождения: 10.08.2015;*

– специфическое использование знаков препинания: знаки препинания могут играть определенную роль в процессе построения сжатого текста, в частности следует отметить роль скобок, двоеточия, дефиса, многоточия: *Шелти (мини колли, похожна лису) кобель 3 года. Окрас рыжий, белая грудь белые лапы, шерсть длинная, высота в холке*

38 см, знает команды, был в синем ошейнике. Если Вы видели такую собаку и его водят на поводке, просьба позвонить и сообщить место нахождения, так как эта порода очень редкая!

Специфика лингвистического построения различных видов текстов в значительной мере проявляется на их грамматическом уровне (морфологическом и синтаксическом). К морфологическим особенностям сжатых текстов можно отнести: 1) соотношение используемых в них частей речи; 2) особенности функционирования наиболее значимых частей речи и их категорий. Анализ состава речевых единиц сжатых текстов, проведенный лингвистами с точки зрения принадлежности их к тем или иным частям речи, показывает, что практически во всех сжатых текстах, и в частности в текстах учебников, наиболее существенную роль играют имена существительные.

Щенок, помесь немецкой овчарки и стаффордширского терьера, 8 мес., в частный дом. Тел: (067)... (70 % знаменательных слов представляют собой имена существительные, 30 % – прилагательные).

Механизм сжатия текста, вероятно, наиболее ярко и многообразно проявляется на синтаксическом уровне. Исследуя сжатые тексты на этом уровне, следует обратить внимание на размер и основные типы предложений в сжатых текстах, степень их распространенности, особенности функционирования членов предложения и некоторые другие характеристики. Характерным признаком сжатых текстов, как указывалось выше, является их ограниченный объем, с чем тесно связано определенное количество предложений, используемых в СТ. По данным некоторых ученых, большинство сжатых текстов состоит из сложносочиненного бессоюзного предложения, включающего от двух до пяти частей, например: *Кабан, гибрид вьетнам. и дюрок, приглаш. на вязку вьетнам. и корейс. свинок. Звонить: (093)...; Стаффордширский терьер щенки, 1 мальчик, по 20000 грн, 1 девочка по 10000 грн, по 4 месяца. Тел: (044)..., моб. (098)...*

Семантическая сторона является чрезвычайно важным показателем любого сжатого текста. Эллипсис тематической части сообщения в сжатых текстах занимает значительно заметное место в количественном плане по сравнению с развернутым вариантом. При сжатии исходного варианта полного текста имеет место обратный процесс, то есть прежде всего сокращение тематической части сообщения, что является необходимой предпосылкой создания информативного сообщения. Приведем несколько примеров:

*Продаются ручные лори (Nycticebus) Лори – зверёк из отряда приматов. Окрас варьируется от тёмно-коричневого до светло-серого. **Ни в коем случае нельзя держать Лори как кошку или собаку.***

*Дрессировка собак весь спектр кинологических услуг **Коррекция поведения собаки** Охрана владельца охрана любых объектов Дрессировка собак на **скрытое снаряжение** Пансион с дрессировкой и без индивидуально с выездом на дом Тел. ...*

Таким образом, при анализе текстов рекламных объявлений можно сделать следующий вывод: сопоставление сжатого и развернутого вариантов одного и того же текста свидетельствует о том, что основными способами его сжатия являются сокращение количества графем, специфическое использование знаков препинания, эллиптирование членов предложения, упрощение структуры предложения, скрытие дополнительной информации, известной автору и понятной читателю. Перспективу дальнейшего исследования данного вида сжатых текстов мы видим в изучении возможностей перевода рекламных объявлений на английский язык.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алянская Э. А. Свертки и терминологические субституты многокомпонентных определительных терминологических словосочетаний (к проблеме связности и компрессии

английского технического текста): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Э. А. Алянская. – Л., 1977. – 20 с.

2. Бергельсон М. Б. К вопросу об общей теории языковой редукции / М. Б. Бергельсон // Формальное описание структуры естественных языков. – Новосибирск, 1980. – С. 147–161.

3. Василевский А. П. О компрессии речи на разных уровнях / А. П. Василевский, Ю. М. Эмдина // Уровни языка и их взаимодействие. – М., 1967. – С. 67–68.

4. Гальперин И. Р. К проблеме дифференциации стилей речи / И. Р. Гальперин // Проблемы современной филологии. – М., 1965. – С. 68–74.

5. Дридзе Т. М. Язык информации и язык реципиента как фактора информативности / Т. М. Дридзе. – М.: Наука, 1980. – 224 с.

6. Дюндик Б. П. К вопросу об экономии в языке и речи / Б. П. Дюндик // Проблемы синтаксиса английского языка. – М., 1970. – № 422. – С. 139–151.

7. Иванченко Р. Г. Лингвистика текста и принципы оптимизации речи: дис. ... д-ра филол. наук / Р. Г. Иванченко. – К.; Львов, 1988. – 356 с.

8. Кобков В. П. Способы сжатия текста при переводе научно-технической литературы / В. П. Кобков // Язык научной литературы. – М., 1975. – С. 234–244.

9. Скороходько Э. Ф. Лингвистические основы автоматизации информационного поиска: дис. ... д-ра филол. наук / Э. Ф. Скороходько. – К., 1971. – 547 с.

Олена Панченко

Рекламне оголошення як стислий текст

У статті розглядається поняття стислого тексту, пропонується його визначення, названо певні жанри сучасних стислих текстів. Найпомітніші лінгвальні особливості стислого тексту на матеріалі сучасних рекламних оголошень у періодичних виданнях. Ці особливості мають місце на всіх рівнях мови. До них можна віднести графічні скорочення, особливу роль пунктуаційних знаків, переважання іменників та прикметників над іншими частинами мови, короткі прості речення, семантична компресія тощо.

Ключові слова: стислий текст, компресія, рівень мови, графічні скорочення, семантична компресія.

Olena Panchenko

Advertisement as a Brief Text

In the article the notion of a short text is offered, its definition is given, certain genres of contemporary condensed texts are named. The most noticeable lingual features of the brief text are described on the material of modern advertising in periodicals. These features occur at all levels of language. These include graphic abbreviations, a special role of punctuation, nouns and adjectives predominance over other parts of speech, short simple sentences, semantic compression etc.

Key words: brief text, compression, language level, graphic abbreviation, semantic compression.