

вода холодная, как лёд” Обонятельные образы выражают приподнятое настроение от наслаждения ароматами растений: “душистые травы, от которых весь воздух окурен”. И только в конце дневниковых записей появляется единственная авторская оценка собственного настроения: “Лунная ночь. Теряюсь по садовым извитым и тёмным дорожкам. Один и счастлив” [3, с. 468]. Так, в “Путевых записках” изображается душевное состояние автора во время путешествия по Крыму: воодушевление, бодрость, спокойствие, уравновешенность, настроение поэтического вдохновения, что, по представлению писателя, составляет счастье творческого человека. По окончании поездки, перед дорогой на службу в Тифлис, в письмах к С. Н. Бегичеву опять наблюдаются мрачные настроения Грибоедова: “скучно”, “грустно”, “тоска”, “пора умереть”, предчувствие им трагического исхода [3, с. 592]. Итак, прочтение подтекста в “уединённых монологах”, кратких высказываниях в “Путевых записках” А. С. Грибоедова, позволяет сделать следующие выводы. “Единым стержнем”, главным лейтмотивом, главной объединяющей мыслью автора в “Путевых записках” является внутреннее осознание, что пребывание в Крыму, с его природными и историческими особенностями, равноценно получению “премии” (по образному выражению Таврического губернатора А. М. Бороздина) [3, с. 467], способной удовлетворить многообразные потребности человека, реализовать его интересы, прежде всего духовные, творческие, и вызвать наивысшее удовлетворение от процесса бытия — состоянии счастья.

Из коротких заметок путешественника, не связанных сюжетом, складывается содержание “Путевых записок”, объединяющей темой которых является описание крымских мест.

Содержание “Записок” углубляется за счёт осмысления подтекстового значения написанного, причём, наличие подтекста не является авторским приёмом, а характерным стилистическим признаком дневникового жанра. Фрагментарность высказываний (“уединённых монологов”) позволяет читателю, исследователю, в достаточной степени знающему, понимающему творчество и биографию писателя, “досказать несказанное”, проникнуть в мысли самого автора, домыслить его представления об увиденном. “Невысказанное” автором, но «досказанное» в подтексте “Путевых записок” представляет собой круг общественных и нравственных вопросов преддекабристского времени, не потерявших своего значения и сегодня: проблемы культуры и экономики народов России, в их числе, крымских народностей; вопросы сохранения исторического наследия прошлого; вопросы эстетической и нравственной ценности природы Крыма; проблемы свободы творческой личности и мн. др.

Исходя из анализа текста “Путевых записок” и писем крымского периода, “досказав несказанное”, нетрудно представить образ мыслей автора дневника, его взгляды на поставленные им вопросы: его как патриота, дипломата заботит судьба Крыма и его народов, являющихся частью его Отечества; ему как писателю интересна история Крыма, в особенности, связанная с возникновением христианства в Киевской Руси, могущая стать темой его будущего творчества; природа Крыма видится писателю источником поэтического вдохновения и нравственного здоровья. Многие “недосказанное” автором в “Путевых записках” найдёт своё осмысление со временем, благодаря исследованию непредметной «внесловесной» реальности в подтексте произведения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Венюкова С. В. Севастополь. История в лицах. – Севастополь: Мир, 1998.
2. Галич О. А., Назарец В. М., Васильев Е. М. Теория литературы. – Киев, 2001.
3. Грибоедов А. С. Сочинения. – М., 1956.
4. Дегтярев П. А., Вуль Р. М. У литературной карты Крыма. – Симферополь, 1965.
5. Хализев В. Е. Теория литературы. – М., 2000.

О.ПОЛЯКОВА

© 2006

ФРЕЙМОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

Анализ структуры институционально-ритуальных актов рекламной дискурсии целесообразно провести на примере рекламы медицинских препаратов. В последнее время рекламный дискурс (РД) привлекает внимание специалистов многих областей, в том числе и лингвистов; однако, несмотря на наличие значительного количества работ, посвященных изучению рекламного дискурса, нам не удалось обнаружить исследований РД лекарственных препаратов. Представляется, что этот тип дискурса привлекателен прежде всего потому, что он представляет собой некую гибридную форму, сочетая характеристики (а) рекламного дискурса, (б) инструктивной дискурсии и в некоторых случаях (в)

дискурса научної медичинської статті. Конкретним матеріальним втіленням рекламного дискурса служить рекламний комунікативний акт (РКА). Як відомо, його обов’язковими компонентами являються учасники (каузатор, реципієнт); комунікативний текст; цілі і задачі (практичні і комунікативні); обставини і конкретні умови реалізації комунікативного акту. Зде́сь ми зупинимось на цілях і на компонентах структури рекламного тексту в порівнянні з компонентами акту інструктивної дискурсії.

Практична мета РД – позиціонування товару, створення стійкого позитивного ставлення до рекламованого товару і т.п. Комунікативна мета РД – вплив на систему знань адресата вербальними засобами з метою формування потрібної для каузатора установки. Текст-інструкція представляє собою експліцитну формулювання поведінки правил по відношенню до лікарственого препарату. Практична і комунікативна мети інструкції збігаються: впливати на систему знань адресата з тим, щоб усунути існуюче незнання і здійснити таку регуляцію поведінки, яка могла б зменшити когнітивний дисонанс.

Регулятивна функція присутня і в РКА, і в акті інструктивної дискурсії, однак їх відрізняє спрямованість. В інструкції вплив спрямовано на створення сприятливого психологічного стану реципієнта, а в РКА воно має маніпулятивний характер. Текст-інструкція і рекламний текст представляють певний тип дискурсу з чітко вираженими макроструктурами, що визначають тематичне зміст текстового фрагмента, які Т.А. ван Дейк називає «суперструктурами». Структура інструкції має наступний вигляд:

Інформаційні блоки для медичинської інструкції відносяться до мінімальних вимогам, пред’являються до розглянутого типу текстів. Відсутність одного з цих блоків може мати катастрофічні наслідки, так як в кожному з них міститься життєво важлива інформація про правильне використання лікарственого препарату. В інструкцію також включена додаткова інформація. Рекламний текст розділяється на два основні блоки: (1) короткий зміст, що включає назву рекламованого продукту, слоган, і перший абзац рекламного оголошення (так звані «шапка», «вводка») і (2) розширений зміст. Во другий блок входять наступні компоненти: показання, дія; додаткова інформація. Мета блоку «короткий зміст» – привертати увагу адресата і активувати вже існуючі знання по даній проблемі. Розширений зміст дає більш детальну інформацію про товар, акцентує увагу на позитивних властивостях, з допомогою різних засобів представляє рекламований засіб в самому вигідному світлі. Структура рекламного тексту лікарствених препаратів як особливого виду рекламної дискурсії в схематичному вигляді виглядає наступним чином:

Ітак, такі компоненти як назва, дія, показання, спосіб застосування, дозування, склад, форма випуску, обмеження, побічні ефекти присутні і в тексті інструкції, і в рекламному тексті, але вони займають різне місце в ієрархічній структурі.

Схеми наочно представляють схожість макроструктур РКА і акту інструктивної дискурсії медичинського препарату. Інструктив асоціюється в свідомості адресата з обов’язковістю і на 100% «правильністю». Можливо припустити, що рекламний текст запозичує деякі елементи тексту-інструкції з метою надання більшій ступеню достовірності представляваної інформації.