

УДК 81 811 111

А.Л. СМОЛЯНА,
*аспірант кафедри англійської філології
Київського університету імені Бориса Грінченка*

ФРЕЙМОВА ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО КОЛАЖУ (на матеріалі суперобкладинок англомовної літератури)

У статті розглядається мовленнєвий жанр рекламно-інформаційного колажу, наведеного на суперобкладинці англомовної літератури. Досліджено його семантичну структуру в контексті методики фреймового моделювання. Фреймова структура визначена як концептуальна модель РІК та репрезентована фреймами продуцента, об'єкта повідомлення, реципієнта та мети повідомлення. Для побудови універсальної семантичної структури РІК було застосовано акціональний фрейм та виявлено слоти, в яких актуалізується інформація у складі РІК.

Ключові слова: фрейм, семантична структура, слот, концепт, когнітивна модель.

Об'єктом статті є рекламно-інформаційний колаж (РІК) на суперобкладинці (СО) англомовної літератури, а предметом – його фреймова організація. Відповідно, мета нашого дослідження полягає у визначенні лінгвокогнітивних особливостей текстотипів, що входять до складу РІК. Мета передбачає вирішення таких завдань, як дослідження семантичної структури РІК та з'ясування типів фреймів, що лежать в його основі. Матеріалом дослідження слугували суперобкладинки англомовної літератури ХХ–ХХІ століття.

Мовленнєвий жанр «рекламно-інформаційний колаж» інтерпретуємо як прагматично обумовлену одиницю комунікації, яка являє собою завершене з точки зору смислу системне утворення, що характеризується сукупністю компонентів, об'єднаних в єдину макроструктуру, які сприймаються як цілісно, так і окремо, проте забезпечуються загальною референтністю до денотату реклами (книги). Це комунікативно-когнітивний феномен, мета якого полягає у встановленні кооперативної взаємодії між адресантом і адресатом. Моделювання текстового простору РІК у межах концептуальної парадигми базується на розгляді семантики тексту як форми фіксації знань людини, як ментальної репрезентації дійсності. Це дозволяє нам застосувати для семантичного опису РІК *методику фреймового моделювання*.

Серед найрізноманітніших способів презентації вербалізованої інформації найбільш стереотипним є фрейм. Основоположником теорії фреймів вважають М. Мінського, який називав фрейм «структурою даних для представлення стереотипної ситуації» [1, с. 7], що організують розуміння світу людиною в цілому, визначаючи її поведінку в реальній дійсності. Т. ван Дейк визначає фрейм як «одиницю конвенційного знання, згідно з яким організуються взаємні очікування та інтеракція» [2, с. 21]. Ж.В. Ніконова зазначає, що фрейм поєднує сферу когнітивного та мовного у процесі вербалізації інтенцій [3, с. 20].

А.Н. Баранов розуміє фрейм як концептуальну структуру, призначену для декларативного представлення знань про типову тематично єдину ситуацію, що складається зі слотів [4, с. 16]. Це визначення поєднує найважливіші характеристики фрейму, а саме його структуру та ситуативну зумовленість. Структура фрейму вважається дворівневою. Вона складається із верхівки (теми, макропропозиції) і слотів (терміналів), які заповнюються мікропро-

позиціями. Термінал / слот репрезентує предмет, його специфічні риси, а також інформацію про відношення між об'єктами і про їхні дії. М. Мінський зазначав, що наявність слотів не є обов'язковою у кожній окремій ситуації та може бути змінена залежно від конситуації [1, с. 8]. Разом із терміналами до складу фрейму входять і нетермінальні вузли, що містять конкретну інформацію щодо зображеного фреймом концептуального об'єкта та необхідні для висновків процедурні дані [5, с. 70].

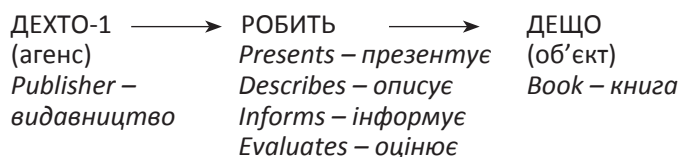
Під фреймовою організацією рекламно-інформаційного дискурсу (у термінах К.Я. Кусько [6, с. 118]) ми розуміємо концептуальну модель РІК, яка репрезентується як концептуальне модельне відображення комунікативної ситуації, що розвивається між актантами (продуцентом РІК та реципієнтом) та структурована фреймами продуцента, об'єкта повідомлення, реципієнта та мети повідомлення.

М.Л. Макаров зазначає, що фрейми мають конвенційну природу, бо вони здатні описувати те, що є найбільш типовим і характерним у конкретному соціумі й дискурсі [7, с. 152]. Конвенційність фреймової структури РІК визначає прототипові моделі його побудови, але передбачає й заповнення його варіативною інформацією. Наприклад, автор може по-різному структурувати РІК, надаючи одні дані та опускаючи інші, які він вважає менш важливими.

Стереотипний принцип побудови РІК корелює з відомою фреймовою моделлю С.А. Жаботинської «дехто – робить – дещо – де – коли – як – чому» [8, с. 83], де предикатний слот (робить) співвідноситься з акціональним фреймом.

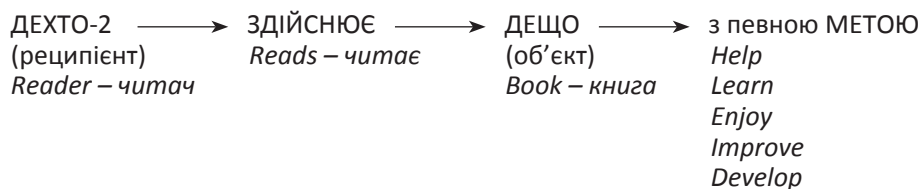
Тому застосування *акціонального фрейму* для побудови універсальної семантичної структури (прототипу) РІК є виправданим, оскільки він дозволяє нам структурувати стереотипну інформацію за семантичними елементами РІК та виявити зв'язки між семантичними складовими.

В акціональному фреймі конститuentами є декілька предметів, які наділяються семантичними ролями, а акцент зміщується на взаємодію одного предмета з іншими. Акціональний фрейм РІК має такий вигляд: ДЕХТО-1 РОБИТЬ ДЕЩО; ТАКИЙ ДЕХТО-2 ЗДІЙСНЮЄ ДЕЩО з певною МЕТОЮ. Цей фрейм представлений слотами ДЕХТО-1: ПРОДУЦЕНТ, що виступає в ролі агенса і репрезентується назвами видавництв (*Delacorte Press, Hyperion, Firebird Fantasy, Random House, Penguin, Routledge, Collaborative Press, Thames & Hudson, Universe, Picador, Harper Collins etc.*), робить ДЕЩО (КНИГА). Графічно можна подати цей фрейм так:



ДЕХТО-2: РЕЦИПІЄНТ у вигляді читача (агенс) здійснює ДЕЩО: читає книгу, з певною МЕТОЮ, яка полягає в отриманні знань, насолоди, приємних вражень, позитивних емоцій, вирішенні певних питань чи життєвих проблем, саморозвитку, вдосконаленні навичок та вмій та інше (*to improve communication and get what you want (Men are from Mars, Women are from Venus, by John Gray), to enchant readers (Dead Witch Walking, by Kim Harrison), for spiritual perfectionism (Messy Spirituality, by Michael Yaconelli), to impart a fresh and renewed perspective on art (Formula and Experience, by E.H. Gombrich), to delight, perplex and stir the imagination (The Wizard of Oz, by L. Frank Baum)*).

Зобразимо цей фрейм графічно так:



Мовна реалізація фрейму РЕЦИПІЄНТ відбувається через експліковане пряме звернення до потенційного читача через вживання таких засобів експлікації, як займенник *you* та характеристика потенційних читачів за віком, соціальним статусом, вподобаннями за допомогою лексичних одиниць *adults, students, teenagers, fantasy lovers, professionals, amateurs, experienced readers, children, novice, managers*. Наявність переліку припустимих адресатів у 98% досліджуваних текстів свідчить про тенденцію до експліцитної реалізації категорії адресованості у РІК.

Прагматичне навантаження РІК зумовлює низький ступінь мовної експлікації фрейму ПРОДУЦЕНТА. У нашому випадку продуцентом РІК виступає колектив – видавництво, що публікує нові видання книг, та є вторинним продуцентом по відношенню до текстів РІК. У РІК агенсом дії, крім видавництва, виступає також фрейм КНИГА, що представлений автором та твором в анотації:

Приклад (Stewardship, by Peter Block)

[...] **Block unveils** new models of stewardship... **Block explains**...Block proceeds to demonstrate... **Block then spells out** extensive reforms needed in many areas...These far-reaching reforms are our best hope, **Block shows**, to enable democracy to thrive in our organizations [...]

В ролі ПРОДУЦЕНТА виступає автор, який розкриває зміст своєї книги через мовні одиниці *unveils, explains, spells out, shows*.

На мовну реалізацію фрейму МЕТА, яка не є чітко експлікована в РІК, спрямована ціла низка мовних засобів в анотації та цитатах з рецензій, зокрема дієслова з позитивними конотаціями (*help, discover, encourage, develop, balance, fascinate, change etc.*) та прикметники емоційної та раціональної оцінки (*practical, useful, thoughtful, informative, educative, astute, brilliant, remarkable, simple, etc.*)

Аналіз змісту текстів РІК показує, що слот РОБИТЬ ДЕЩО може бути представлений семантичними складовими у вигляді **презентації, опису** сюжету чи змісту, **оцінювання** об'єкта, надання фактологічної **інформації** про автора, книгу, видавництво. Залежно від цього можна виділити такі варіанти слоту РОБИТЬ ДЕЩО: ПРЕЗЕНТУЄ ДЕЩО, ОПИСУЄ ДЕЩО, ОЦІНЮЄ ДЕЩО, ПОВІДОМЛЯЄ [про] ДЕЩО.

Отже, у структурі РІК реалізуються дискурсивні ознаки слоту РОБИТЬ ДЕЩО, які виражаються у чотирьох прагматичних компонентах: презентаційному (семантична складова – *презентація*), інформаційному (семантична складова – *інформація*), дескриптивному (семантична складова – *опис*) та оцінному (семантична складова – *оцінка*). РІК являє собою прагматично обумовлену рекламно-інформаційну модель комунікації, яка спрямована на презентацію, опис, оцінку об'єкта (книги) та забезпечення необхідною інформацією про об'єкт. Кожен з цих компонентів містить набір композиційних складових, наявність яких у складі РІК може варіюватися. Тому структурі РІК властива *варіативність*. Це призводить до виокремлення облігаторних та факультативних композиційних складових.

Презентаційний компонент представляє назву рекламованої книги, автора, основну ідею, тему, цінність твору, що супроводжується зображенням. До цього компонента відносимо заголовки, підзаголовки, ім'я автора, ключову фразу, зображення. Серед них факультативними складовими є ключова фраза, підзаголовок. Цей компонент описується сценарієм: ПРОДУЦЕНТ ПРЕЗЕНТУЄ КНИГУ.

Наприклад, на СО книги Елісон Хантер-Фредерік «Hazard in the bog» семантичні складові презентаційного компонента РІК відповідають слотам: ПРОДУЦЕНТ: *Andulamb Publishing*

ПРЕЗЕНТУЄ КНИГУ: *Allison Hunter-Frederick, «Hazard in the bog», some mistakes last forever*, де слот представлений назвою твору, автором та ідеєю, що репрезентується в ключовій фразі.

Інформаційний компонент забезпечує адресата необхідною фактологічною інформацією про життя, творчість та успіхи автора, видавництво, що представляє книгу, рекламовану книгу та інші відомі твори письменника. До цього компонента належить біографія, логотип, рекламовані твори, останній з яких є факультативним. Компонент представлений сценарієм: ПРОДУЦЕНТ ПОВІДОМЛЯЄ [про] КНИГУ.

Наприклад, на СО книги Коліна Патемана «Unshackled Spirit» інформаційний компонент містить семантичні складові, що відповідають слотам:

ПРОДУЦЕНТ: *Fonthill Media*

ПОВІДОМЛЯЄ [про] КНИГУ: *Colin Pateman grew up in the south of England and spent the majority of his working life as polite officer. His key roles were in handling specialist search dogs and as a police search advisor, having been trained by the Royal Engineers. Colin is an avid collector of aviation memorabilia, gaining great satisfaction from the gathering and preservation from of personal accounts of Second World War pilots and aircrews. His previous books for Fonthill Media include Unwanted Hero and Goldfish, Caterpillars and Guinea Pigs, both published in 2012.*

Also by Colin Pateman [illustrations of the books Unwanted Hero, Goldfish, Caterpillars and Guinea Pigs]

Слот ПОВІДОМЛЯЄ [про] КНИГУ включає факти з життя автора, раніше написані книги, назву видавництва та рекламовані книги у вигляді ілюстрацій обкладинок.

Дескриптивний компонент представлений у вигляді тексту, в якому описується сюжетна, жанрова та тематична специфіка рекламованої книги. Сюди належить анотація, цитати з книги та авторські цитати, де наявність останніх двох складових є факультативною. Цей компонент можна описати сценарієм: ПРОДУЦЕНТ ОПИСУЄ КНИГУ.

Наприклад, дескриптивний компонент РІК можна продемонструвати на прикладі СО книги Ф. Скотт Фіджеральд «The Great Gatsby», де семантичні складові відповідають слотам:

ПРОДУЦЕНТ: *Scribner*

ОПИСУЄ КНИГУ: «*He must have looked up at an unfamiliar sky through frightening leaves and shivered as he found what a grotesque thing a rose is and how raw the sunlight was upon the scarcely created grass*».

Many consider The Great Gatsby the closest thing to the Great American Novel ever written. First published in 1925, it is the timeless story of Jay Gatsby and his timeless love for Daisy Buchanan. Gatsby lives in the New York suburb of West Egg, where those with «new money» reside. Gatsby's mansion is right across the bay from the home of his wartime love, Daisy Buchanan, pictured always in white.

Gatsby seeks to keep his illusion of Daisy as perfect alive. He uses his money, gained through illegal means, to do so, and uses his neighbor, Nick Carroway, to try to reach Daisy. The love of money as the root of evil is a pervading theme in this novel.

Слот ОПИСУЄ КНИГУ містить цитату з книги, де описується стан головного героя, та анотацію, в якій описується сюжетна лінія та жанрова специфіка книги.

Оцінний компонент акцентує увагу адресата на оцінці книги та автора літературними критиками та організаціями, що репрезентується у цитатах з рецензій та містить лише позитивні конотації. Ці структурні компоненти є облігаторними у складі РІК. Компонент представимо сценарієм: ПРОДУЦЕНТ ОЦІНЮЄ КНИГУ. Особливістю оцінного компонента є те, що ПРОДУЦЕНТ, видавництво, є вторинним, оскільки первинним продуцентом є автор текст рецензії.

Наприклад, семантичні складові оцінного компонента РІК на СО книги С.Т. Джоші «The Assaults of Chaos» відповідають слотам:

ПРОДУЦЕНТ: *Hippocampus Press New York, W. H. Pugmire*

ОЦІНЮЄ КНИГУ: «*With this fantastic novel S. T. Joshi incorporates his thorough understanding of H.P. Lovecraft's life and times, couples it with an evocative imagination and superb writing style, and gives us one of the most astonishing novels that I have ever read. Lovecraft lives within these pages. The book is a commanding celebration of a man – and a genre!*» – *W. H. Pugmire*

Слот ОЦІНЮЄ КНИГУ містить лексичні одиниці, що позитивно оцінюють твір: *fantastic novel, evocative imagination, superb writing style, one of the most astonishing novels, a commanding celebration*. Первинний ПРОДУЦЕНТ представлений ім'ям критика *W. H. Pugmire*, вторинний – видавництвом.

Таким чином, семантичну структуру РІК можна подати у вигляді прототипової моделі:

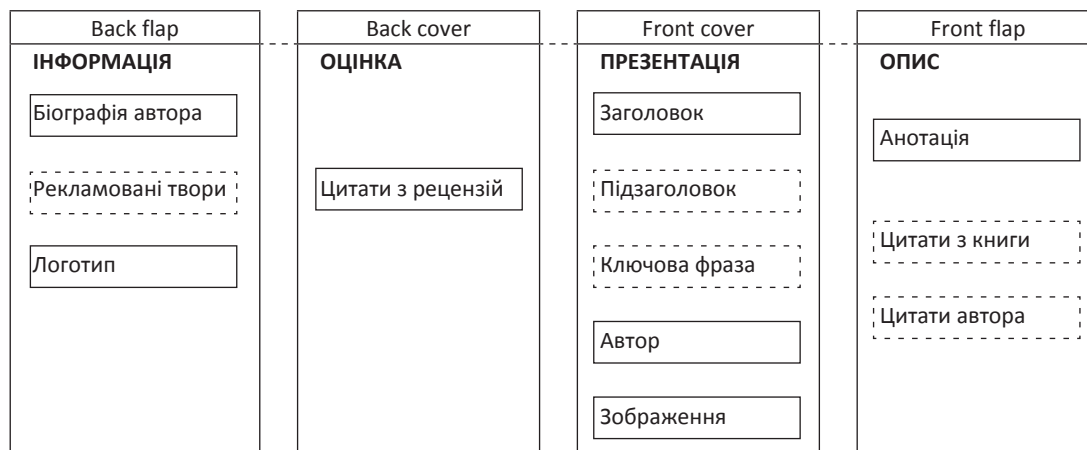


Рис. 1. Універсальна (прототипові) модель РІК на суперобкладинці англомовної літератури

Наведені концепти конституюють семантичні блоки, які відповідають структурним елементам СО (титульний, зворотний бік, передній та задній клапани) та утворюють універсальну (прототипову) модель РІК. Так, семантична складова ІНФОРМАЦІЯ подана на задньому клапані СО; ОЦІНКА – на зворотному боці; ПРЕЗЕНТАЦІЯ – на титульному боці; ОПИС – на передньому клапані СО. Суцільною лінією представлені композиційні складові, що є облігаторними у структурі РІК. Пунктирною лінією позначені факультативні компоненти.

Таким чином, для опису семантичної структури РІК був застосований метод фреймового моделювання, що базується на акціональному фреймі. Змістова та формальна стереотипність РІК свідчить, що створення РІК спрямоване на відповідний прототип, в якому були виявлені семантичні блоки – ПРЕЗЕНТАЦІЯ, ІНФОРМАЦІЯ, ОПИС, ОЦІНКА. Це дозволило нам конституювати універсальну когнітивну модель РІК. Перспективою дослідження є визначення варіативних моделей РІК та з'ясування їх фреймової організації.

Список використаних джерел

1. Минский М. Фреймы для представления знания / Марвин Минский. – М.: Энергия, 1979. – 152 с.
2. Dijk T., van. Studies in the pragmatics of discourse / Teun van Dijk. – The Hague: Mouton, 1981. – 331 p.
3. Никонова Ж.В. Фреймовый анализ речевых актов (на материале современного немецкого языка): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04 / Ж.В. Никонова. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2009. – 41 с.
4. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику / А.Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
5. Наумова Н.Г. Англомовний комерційний контракт: лінгвопрагматичний та лінгвокогнітивний: дис. ... канд. філол. наук.: 10.02.04 / Н.Г. Наумова. – Запоріжжя: ЗНУ, 2005. – 234 с.
6. Кусько К.Я. Фреймова вербалізація країнознавчого дискурсу // Мовні і концептуальні картини світу. – 2001. – № 5. – С. 117–121.
7. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
8. Жаботинская С.А. Концептуальный анализ: типы фреймов / С.А. Жаботинская // Вісник Черкаського університету. – Вип. 11. – Черкаси, 1999. – С. 12–25.
9. Жаботинская С.А. Концептуальный анализ языка: Фреймовые сети / С.А. Жаботинская // Мова. – Одеса: Астропринт, 2004. – № 9. – С. 81–92.

В статье рассматривается речевой жанр рекламно-информационного коллажа, представленного на суперобложке англоязычной литературы. Исследована его семантическая структура в контексте методики фреймового моделирования. Фреймовая структура определена как концептуальная модель РИК и репрезентирована фреймами продуцента, объекта сообщения, реципиента и цели сообщения. Для построения универсальной семантической структуры РИК был применен акционный фрейм и выявлены слоты, в которых актуализируется информация в составе РИК.

Ключевые слова: фрейм, семантическая структура, слот, концепт, когнитивная модель.

The article deals with the speech genre of the advertising-informational collage, presented on a book jacket of English literature. Its semantic structure in terms of frame modeling method is investigated. Frame structure is defined as a conceptual model of AIC and represented by frames of producer, object of message, recipient and aim of message. The actional frame is applied for constructing the universal semantic structure of AIC and the slots are elicited, in which information in compound of AIC is actualized.

Key words: frame, semantic structure, slot, concept, cognitive model.

Одержано 14.05.2014.