

УДК 81

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА ОБЪЯВЛЕНИЙ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Громова С. И., Прядильникова Н. В.

Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королёва, г. Самара

Актуальность выбранной темы связана с растущей ролью рекламных объявлений в виртуальном пространстве и недостаточной изученностью стилистических средств воздействия на получателя информации. Целью статьи является выявление особенностей стилистической оформленности объявлений.

Практическая ценность исследования состоит в том, что его материал может быть использован при составлении и оценке объявлений.

Словарь Ушакова предлагает следующее определение искомого понятия:

Объявление – печатное сообщение, извещение о чем-н., публикация [1].

Также стоит выделить еще несколько определяющих признаков объявлений:

- 1) наличие факта, о котором требуется сообщить;
- 2) информационная и воздействующая цель “сообщая о чём-то, добиваюсь от вас определённых действий”
- 3) ограниченный объем в сочетании с высокой информативностью.

Исследуя цель и направленность объявлений, можно выделить их два основополагающих типа: рекламные и нерекламные, т.е. информационные. В рекламных объявлениях доминирующей функцией является регулятивная и оценочная функции, а в нерекламных – информативная.

Функционально-смысловой тип речи у объявлений может различаться: в рекламных объявлениях это тип аргументации с элементами описания и объяснения, в информационных – описание.

По степени ритуализации тексты объявлений и афиш можно отнести первому классу жанров, которые строятся по более или менее жестким, но всегда обязательным информативным моделям (классификация К.Кожевниковой) [2]. В таких текстах информативные блоки строятся по готовому шаблону. Сюда же можно отнести товарную упаковку, повестки, записки, справки, протоколы, извещения.

В текстах объявлений можно выделить две целеустановки: информировать и побуждать к действию, они являются равнозначными и различаются в зависимости от того, к какому тексту – рекламному или информативному стоит ближе текст объявления [3].

Сжатые сроки, высокие темпы создания текста вынуждают автора использовать "готовые блоки". (Отсюда становится понятной насыщенность типичного газетно-публицистического текста различными клише, штампами - словами, словосочетаниями, устойчивыми речевыми формулировками).

Синтаксический строй публицистической речи стремится к простоте конструкций. В выразительных целях часто используется инверсия, разные виды актуализации, повторы, вопросно-ответные и призывные побудительные формы и др. Характерны предложения с пропуском главных членов, обилием однородных членов.

Для объявлений и афиш характерна также такая черта, как чередование экспрессивных и стандартных языковых средств, то есть соотнесение стандартизированных и экспрессивных сегментов речевой цепи, их чередование и контрастирование [4].

В плане морфологии можно выделить следующие языковые признаки газетного публицистического стиля, то есть частотное употребление тех или иных грамматических форм частей речи. Это:

3) императивные формы глагола: звоните, пишите.

4) настоящее время глагола: продается, проводится, 3 апреля начинается, подарю;

6) производные предлоги: в области, в течение.

Для примера рассмотрим объявления различных классов:

1. *Продам тушку Canon 1dmark3 технически все в порядке, по корпусу мелкие потертости. Комплект камера, коробка, ремень, доки диски, зарядка, блок работы от сети. Пробег 65тк. Продаю т.к. распродаю фотожелезо. Территориально Самара, Самарская и Ульяновская области в легкую остальное обсуждаемо. вопросы по телефону\лс*

50000р 89270095403

Леша Евстигнеев

Цель данного объявления – воздействующая и информативная. Апеллирующего текстового блока нет, основной блок представляет собой информативную функцию. Финальная часть представляет инструктивную функцию (Территориально Самара, Самарская и Ульяновская области). По классификация с точки зрения интенциональных типов является объявлением-информативом.

На лексическом уровне основной пласт составляет нейтральная лексика, также встречаются разговорные выражения (по корпусу (на корпусе), фотожелезо, зарядка, в легкую, доки, тушка), общеизвестные термины (пробег).

В морфологии отмечается номинативность стиля.

На синтаксическом уровне отметим преобладание определенно-личных и безличных предложений, неполные предложения, использование однородных членов, представляющих собой характеристики товара.

Обращая внимание на графику, отметим сокращения (лс – личные сообщения, т.к. – так как, тк – тысяч кадров, р. - рублей), смысловое отделение финальной части от основной.

Библиографический список

1. Ушаков, Д. Н. Большой толковый словарь русского языка [Текст]: Современная редакция / Д. Н. Ушаков, ред. Антонова Л. В. – М.: Славянский дом книги, 2014. – 960 с.
2. Кожевникова, К. Об аспекте связности в тексте как целом // Синтаксис текста. М.: Наука, 1979.
3. Сизов, М. М. Становление жанра газетного объявления (на материале английского языка) // Научный и общественно-политический текст. - М.: Наука, 1991. - С. 145-159
4. Кожина, М. Н. Стилистика русского языка. - М.: Просвещение, 1993. - 223 с.