

Рассмотрев данные лексемы, можем прийти к выводу, что среди имен прилагательных доминирующим способом образования является способ сложения основ. Употребление лексем в других текстах в Национальном корпусе русского языка зафиксировано не было, что говорит об их авторской принадлежности и функционировании в рамках определенного контекста. Наличие в речевой деятельности автора потенциальных слов позволяет сделать вывод о широком использовании Виктором Пелевиным словообразовательных возможностей русского языка. Среди причин образования потенциальных слов можно выделить такие, как поиск художественно-выразительных средств, создание синонимов к уже существующим в языковой системе словам.

Библиографический список

1. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов. 2-е изд., стер. М.: УРСС, 2004 (Калуга: ГУП Облиздат). 569 с.
2. Грязнова, В.М. Специфика неологической деятельности А.П. Чехова// Теория и практика ономастических и дериватологических исследований. Коллективная монография/ науч. ред. В.И. Супрун, С.В. Ильясова. Майкоп: Изд-во «Магарин О.Г.», 2017. С. 393-409.
3. Земская, Е.А. Китайгородская, М.В., Ширяев, Е.Н. Русская разговорная речь. Москва: Наука, 1981. 276 с.
4. Национальный корпус русского языка: информационно-справочная система. – URL: <http://www.ruscorgo.ru/> (дата обращения: 22.09.21).
5. Пелевин, В. Generation П. Москва: Вагриус, 1999. 352 с.
6. Пелевин, В. iPhuck 10. Москва: Эксмо, 2018. 480 с.
7. Ханпира, Э.И. Оказиональные элементы в современной речи// Стилистические исследования (на материале современного русского языка). М., 1972. С. 245-317.

УДК 811.111

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ АНОНСЫ КУЛЬТУРНЫХ СОБЫТИЙ: СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОЙ ФУНКЦИИ В ТЕКСТАХ МАЛОГО ФОРМАТА

М.В. Черкунова

г. Самара, Российская Федерация

Статья посвящена изучению языковых способов реализации аттрактивной функции в современных англоязычных анонсах культурных событий. Обращение к теме исследования продиктовано тем, что в современных условиях преобладания массовой культуры сохранение исторического культурного наследия, в том числе за счет привлечения внимания к мероприятиям в сфере изобразительного искусства, представляется востребованным и актуальным. Исследование выполнено

на материале сообщений о текущих и предстоящих мероприятиях, размещенных на сайтах крупнейших британских музеев, выставочных центров и картинных галерей. В ходе анализа выявлен комплекс языковых средств формирования интереса публики к мероприятиям в области изобразительного искусства, а также описаны лингвистические механизмы реализации функции воздействия.

Ключевые слова: малоформатный текст, анонс, аттрактивная функция, рекламная функция, языковое воздействие.

ENGLISH ANNOUNCEMENTS OF CULTURAL EVENTS: MEANS OF FULFILLING PERSUASIVE FUNCTION IN SMALL FORMAT TEXTS

M.V. Cherkunova

Samara, Russian Federation

The article is devoted to the study of the linguistic means of implementing the advertising function in modern English announcements of cultural events. The topic is addressed due to the fact that in view of the predominance of mass culture in the modern society, preservation of the historical cultural heritage, in particular by means of enhancing public interest to the events in the sphere of pictorial art, is highly relevant and acute. The study is based on the texts posted on the websites of the largest British museums, exhibition centers and art galleries, informing the public about current and upcoming events. In the course of the analysis a set of linguistic means of generating public interest in the cultural events is identified, and also linguistic mechanisms for implementing the advertising function of these texts are described.

Key words: small format text, announcement, persuasive function, advertising function, language impact.

Введение. Современный век по праву считается веком новых информационных технологий, с развитием которых связано возникновение массовой коммуникации и, как следствие, массовой культуры. За свою относительно недолгую историю существования массовая культура практически вытеснила настоящую, высокую культуру; на данный момент результаты исследований говорят о том, что, представители современного социума театральным постановкам предпочитают Тик-Ток, на смену серьезной литературе приходит *сетература*, а настоящую живопись заменяют интернет-мемы [1; 2; 3].

В подобных условиях жесткой конкуренции с медиа-продуктами массовой культуры, театры, музеи и другие учреждения, направленные на сохранение исторического культурного наследия, вынуждены бороться за свою аудиторию и находить новые способы привлечения внимания к своим проектам. Интерес публики формируется во многом благодаря эффективной рекламной кампании, а именно, посредством распространения информации о

текущих и предстоящих событиях культурной жизни. В данной связи изучение языковых механизмов поддержания интереса к мероприятиям в области культуры представляется как никогда своевременным и актуальным.

Цель исследования. Информирование широкой публики о событиях в области искусства осуществляется посредством анонсирования данных событий на сайтах музеев, картинных галерей, выставочных центров и т.д. Эти объявления представляют собой относительно небольшие по объему текстовые образования, функциональная нагрузка которых включает две основные составляющие, а именно, функцию информирования и функцию воздействия. Одновременная реализация данных функциональных доминант достигается путем особого сочетания языковых инструментов, что в конечном итоге позволяет не только вызвать интерес потенциальной аудитории к тому или иному мероприятию, но и побудить к действию, а именно – к посещению мероприятия [4]. В связи с этим *цель* настоящего исследования заключается в выявлении и систематизации языковых способов реализации аттрактивной функции в современных англоязычных анонсах культурных мероприятий.

Материал и методы. Эмпирическую базу исследования составили тексты 150 информационных сообщений, размещенных на сайтах крупнейших британских музеев, таких как *The British Museum*, *The National Gallery*, *The Natural History Museum*, *The Tate Gallery*, *The Victoria and Albert Museum* и др. (см. Список источников). Данные тексты, отобранные методом сплошной выборки, представляют аудитории художественные выставки и иные мероприятия, доступные для посещения в 2022 г.

При анализе материала использован метод дискурсивного анализа, а также метод лингвистического описания в сочетании с приемами лингво-стилистического и контекстуального анализа.

Результаты и их обсуждение. Изучение практического материала показало, что объявления о культурных событиях, размещенные на сайтах музеев и картинных галерей, представляют собой поликодовые образования, в которых вербальный компонент неразрывно сочетается с визуальным – так, абсолютно все объявления представляют собой большую иллюстрацию, на фоне которой размещается текстовый компонент. Более того, ряд объявлений содержит дополнительные иллюстративные элементы, которые линейным образом выстроены в тексте, либо представлены рядом сменяющих друг друга иллюстраций в виде бегущей строки. Таким образом, рекламная функция рассмотренных текстов реализуется в частности посредством визуализации элементов экспозиции той или иной выставки и придания им большей наглядности.

На уровне вербальной организации текстового компонента обращает на себя внимание тенденция к оформлению названия мероприятия при помощи парцеллированной двухчастной конструкции, например:

- *Bellotto: Views on a Fortress*
- *Constellations: Care & Resistance*

- *Not Seeing Straight: Celebrating Queer Art*
- *Heroes and Heroines: Idealism and Achievement in the Victorian Age, etc.*

Как известно, название – это первое, с чем сталкивается читатель при ознакомлении с текстом; именно на него ложится нагрузка по формированию у реципиента первичного интереса. В целом, название призвано в сжатом, конденсированном виде представить основную суть предлагаемого к посещению мероприятия. Оно с одной стороны должно обеспечить общее представление о тематической направленности выставки, но с другой стороны, должно быть в достаточной мере информативным, чтобы сформировать у потенциального посетителя конкретный познавательный интерес. Механизм разделения названия на два сегмента позволяет соблюсти баланс между перечисленными выше требованиями, а именно, в первой части названия как правило содержится общая формулировка тематической направленности мероприятия, а во второй половине, после двоеточия, детализируется конкретный проблемный фокус.

При этом также обращает на себя внимание тот факт, что помимо характерной для всех рассмотренных названий краткости – они редко содержат более шести слов, также характерным является своего рода вербальный аскетизм в том смысле, что здесь практически отсутствуют какие-либо средства языковой выразительности.

Таким образом, основная задача названий в рамках текстов анонсов – запустить когнитивные процессы в мозгу реципиента и последовательно сформировать познавательную потребность и желание посетить мероприятие – достигается за счет особого типа структурирования номинативного элемента текста.

В плане аранжировки содержательного плана текста обращает на себя внимание обязательное присутствие трех смысловых компонентов, которые мы условно назвали 1) культурно-исторический блок; 2) содержательно-тематический блок и 3) проспективно-ориентационный блок. Рассмотрим каждый из этих смысловых блоков в отдельности.

Так, в подавляющем большинстве текстов содержится информация относительно социально-исторического и культурного контекста, связанного с предметным содержанием конкретного мероприятия. В частности, читателю может быть предложена биографическая справка об авторе(ах) работ; характеристика художественного направления; оценка творчества художника с точки зрения развития изобразительного искусства в целом, и т.д., например:

– In a dramatically changing 18th century Europe, William Hogarth became famous for his vibrant, often sharply satirical, paintings and prints that wittily captured the new modern experience. His art gives a unique and engaging glimpse of the time – its opportunities and innovation, materialism, exploitation and injustices, which continue to resonate today.

But he was not alone. Across Europe, fellow artists were also creating their own vivid images of contemporary life and took on new roles as social commentators.

From the rich and poor, the immoral and self-deluding, to the selfish and selfless – all were made characters in pictorial stories that caught people’s imagination and took art in novel directions.

Таким образом у реципиента создается стартовая платформа для восприятия предлагаемой в рамках выставки информации; формируется объемное видение проблемы, помещенной в более широкий культурный контекст; устанавливаются связи с уже имеющимися у реципиента знаниями и намечаются те лакуны, которые он сможет заполнить, посетив описываемое мероприятие.

Следующий смысловой компонент, который мы обозначили как содержательно-тематический блок, включает перечисление экспонатов/элементов/событий, входящих в программу мероприятия. В рамках данного блока приводятся количественные и качественные характеристики предметного содержания анонсируемого события, например:

– ***For the first time**, this show will bring these works together in one setting. Now you can explore over 60 of Hogarth’s extraordinary works in a new light, alongside images by his international peers – including Pietro Longhi in Venice, Jean-Siméon Chardin in Paris and Cornelis Troost in Amsterdam. Academics, historians and practicing artists are among those who offer a range of perspectives and commentary throughout the exhibition.*

В качестве дополнительного стимула, усиливающего познавательный интерес потенциального реципиента к предлагаемому для посещения событию, выступает идея уникальности и новизны его содержания, которая вербализуется посредством словосочетания *for the first time* (данный маркер присутствует примерно в половине рассмотренных текстов), а также при помощи ряда других единиц, например:

– *The exhibition includes works from public and private collections, the majority of which **have not been on public display before**.*

– *Major bodies of work, from the 1960s to the 1990s, have been brought together; many of which **have never been seen in public before**.*

– ***This is the first time** that all of these strands of his practice will be brought together in over 20 years.*

– ***For the first time**, Picasso’s ‘Woman with a Book’ (1932) from the Norton Simon Museum, California, will be brought together with the painting that inspired it.*

– *It is a unique opportunity to see these two portraits, side by side, **for the first time**...*

Наконец третий обязательный смысловой компонент, присутствующий в текстах, анонсирующих культурные события, – это проспективно-ориентационный блок. В рамках данного смыслового компонента формулируется цель мероприятия и закладываются когнитивные ожидания от посещения выставки, например:

– *They suggest new ways of looking at these artworks, enriching our understanding of Hogarth's incredible body of work.*

Таким образом, потенциальным посетителям, большинство из которых не являются узкими специалистами в сфере культурологической проблематики, ненавязчиво подсказывают возможный интерпретационный подход и предполагаемую трактовку культурного феномена, тем самым задавая спектр ожиданий, предлагая согласиться или не согласиться с предложенным видением проблемы и вызывая дополнительный интерес.

Последовательность обозначенных выше смысловых блоков в рамках конкретного текста строго не регламентирована; их очередность вариативна, что создает впечатление нешаблонности, оригинальности каждого объявления, и соответственно, каждого анонсируемого мероприятия. В частности, в приведенном ниже примере проспективно-ориентационный блок открывает текст, затем дается культурно-историческая справка и в завершение приводится информация содержательно-тематического плана:

– *This landmark exhibition will rewrite the history of the revolutionary art movement (проспективно-ориентационный блок)*

Surrealism is not a style – but a state of mind. It aims to subvert reality. To find the uncanny in the everyday. To tap into our unconscious desires and bring dreams to life. And for many artists around the world, it has been a way to challenge authority and imagine a new world.

Previous stories of surrealism have focused on Paris in the 1920s. (культурно-исторический блок) Based on extensive research, this exhibition will reach across the world and over 50 years. It will show how artists around the world have been inspired and united by surrealism – from centres as diverse as Buenos Aires, Cairo, Lisbon, Mexico City, Prague, Seoul, and Tokyo. (содержательно-тематический блок)

Таким образом, в текстах анонсов, благодаря наличию перечисленных выше смысловых блоков, культурное мероприятие получает полноценное освещение с точки зрения помещения его в определенный социально-исторический контекст; у реципиента намечаются лакуны в знаниях; формируется спектр ожиданий; вербализуется когнитивно-эстетический эффект от посещения события и намечаются средства достижения данного эффекта. В итоге, за счет подобного сочетания элементов содержания, анонсы выполняют свою аттрактивную функцию, а именно – побуждают реципиентов к посещению конкретного мероприятия.

Что касается механизмов реализации рекламной функции анонсов за счет лексико-синтаксических языковых инструментов, здесь можно отметить преимущественное использование лексики, относящейся к возвышенному регистру – это придает ощущение утонченной изысканности тексту анонса, а также употребление местоимений *you/your* и *we/our* с целью сокращения дистанции между адресантом и адресатом (*Following the story of Britain and Europe from 4000 to 1000 BC, you'll learn about the restless and*

highly connected age of Stonehenge; Through over 40 objects chosen by Museum scientists, we reveal the consequences of our actions...). Также характерным является использование глаголов в повелительном наклонении (**Go deeper and discover the surprising stories behind the images; Explore some of the most famous objects on display; Follow our knowledgeable tour guide; Marvel at the ancient texts, etc.**) – подобные грамматические формы содержат дополнительный побудительный заряд.

В плане актуализации экспрессивного потенциала языка, обращает на себя внимание обилие эпитетов, таких как *a unique insight, a diverse programme, diverse strands, the most influential figure, a fascinating cabinet, a rich survey of paintings, the most recognizable portrait, the world's best photographers, powerful photographs, a record-breaking number of entries, the extraordinary breadth, extraordinary works, intricate detail, major exhibition, exquisite drawing, the world's most awe-inspiring stone circle, iconic British monument, a once-in-a-century opportunity, a unique opportunity, the most celebrated portraits, unprecedented creativity, a family friendly exhibition, etc.* Помимо эпитетов также отмечены немногочисленные случаи использования метафоры, например:

– *Montserrat's works are hung in conversation with pieces from the collection by Claudette Johnson, Mark Titchner and Ian Hamilton Finlay. These dialogues reveal new stories...*

– *...took on new roles as social commentators...*

– *[Stonehenge is] shrouded in layers of speculation and folklore...*

– *It is Gainsborough's eloquent response to the legacy of Van Dyck...*

– *this exhibition reunites 'The Blue Boy' with the British public...*

Таким образом, за счет употребления описанных выше языковых инструментов анонсируемое событие получает тонкую, сдержанную, но в то же время безусловно положительную оценочную характеристику, что также можно считать способом реализации рекламной функции в рассматриваемых текстах. Именно корректность и сдержанность в оценочных суждениях в противовес откровенной избыточности и прямолинейности создают специфическую атмосферу хорошего воспитания и тонкого вкуса, что также может послужить стимулом для того, чтобы прикоснуться к высокой культуре и посетить предлагаемое мероприятие.

Выводы. Подводя итог проведенному исследованию, следует отметить, что рекламная функция текстов, анонсирующих культурные события, реализуется посредством целого комплекса инструментов, главными из которых являются особый способ структурирования номинативного элемента и специфический отбор смысловых компонентов текста. Так, название выполняет функцию формирования познавательного интереса за счет использования кратких парцеллированных конструкций, закладывающих изначальный вектор восприятия анонсируемого события. В рамках основного текста данный вектор получает развитие благодаря специфическому наполнению

смыслового плана текста и облигаторному введению в текстовую ткань трех информационных блоков в разных вариантах аранжировки. Явная, но в то же время умеренная положительная оценочность рассмотренных текстов в свою очередь способствует формированию особых ценностно-заряженных ассоциаций, что в свою очередь позволяет заинтересовать потенциального адресата и таким образом реализовать прагматическую задачу привлечения внимания аудитории к событиям культурной жизни.

Список источников

1. Edinburgh Museums. – URL: <http://www.edinburghmuseums.org.uk> (Accessed on February 14th 2022).
2. Leeds City Museum. – URL: <http://www.leeds.gov.uk> (Accessed on February 14th 2022).
3. Manchester Art Gallery. – URL: <http://www.manchesterartgallery.org> (Accessed on February 14th 2022).
4. National Galleries Scotland. – URL: <https://www.nationalgalleries.org> (Accessed on February 14th 2022).
5. National Portrait Gallery. – URL: <http://www.npg.org.uk> (Accessed on February 14th 2022).
6. Natural History Museum. – URL: <http://www.nhm.ac.uk> (Accessed on February 14th 2022).
7. Tate. – URL: <http://www.tate.org.uk> (Accessed on February 14th 2022).
8. The British Museum. – URL: <http://www.britishmuseum.org> (Accessed on February 14th 2022).
9. The National Gallery. – URL: <https://www.nationalgallery.org.uk> (Accessed on February 14th 2022).
10. Victoria and Albert Museum. – URL: <http://www.vam.ac.uk> (Accessed on February 14th 2022).

Библиографический список

1. Доброродный, Д. Г. Интернет как технологическая основа культуры постмодерна: философия интернета Л. Ропольи // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2019. Вып. 2. С. 32-39.
2. Информационно-семиотическая теория культуры: введение: монография / Х.Г. Тхагапсоев, О.Н. Астафьева, И.И. Докучаев, И.В. Леонов. Санкт-Петербург: Астерион, 2020. 208 с.
3. Лещинская, И.И. Ценностные ориентации молодежи в цифровую эпоху // Аксиологическое измерение образа жизни современной молодежи: материалы международной научно-практической online-конференции. Витебск: Изд-во «Витебский государственный университет им. П.М. Машерова», 2019. С. 97-99.
4. Харьковская, А.А., Черкунова М.В. Структурно-композиционные аспекты малоформатных текстов и реализация их прагматического потенциала (на материале англоязычных аннотаций учебной и научной литературы) // Вестник Международного института рынка. 2007. Вып.1 (2). С. 232-236.