

**СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОГНИТИВНЫХ МОДЕЛЕЙ  
КЛАССИФИЦИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ И ИХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ  
В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ**

*Работа представлена кафедрой общего и сравнительного языкознания*

*Пятигорского государственного лингвистического университета.*

*Научный руководитель - кандидат филологических наук, профессор О. А. Донскова*

**В статье проводится сопоставительный анализ когнитивных моделей текстов английской и русской классифицированной рекламы, фиксируются изоморфные и алломорфные черты моделей и их репрезентаций на вербально-текстовом и коммуникативно-прагматическом уровнях.**

**The article presents the comparative analysis of cognitive models of English and Russian Classifieds. The author states isomorphic and allomorphic features of various types of models and their representations at the verbal and pragmatic levels.**

Целью статьи является описание когнитивных моделей классифицированной

(строчной, или рубричной) рекламы и их репрезентаций в английском и русском язы-

ках. Данные модели есть результат обобщения проведенного сопоставительного исследования малых рекламных текстов из англо-американской и российской прессы как центральной (национальной), так и региональной, местной.

Выход на уровень когниомоделирования был возможен с осуществлением следующих задач: определение базовых компонентов инвариантной когнитивной модели (КМ); выявление параметров варьирования КМ в английском и русском языках; проведение сопоставительного анализа когнитивных моделей и их языковых репрезентаций с установлением изоморфизма и алломорфизма на всех этапах комплексного анализа английских и русских текстов.

Актуальность когниомоделирования текстов жанра «реклама и объявления», выделяемого в рамках газетного стиля в англистике и официально-делового - в русистике, объясняется вниманием современной лингвистики к глубинным когнитивным структурам разностилевых текстов, функционирующим в пространствах разных языков. Сложившиеся в сопоставляемых социумах концептуальные представления о малых рекламных текстах вполне поддаются строгому типологическому описанию не только на вербально-текстовом и коммуникативно-прагматическом уровнях, но и в терминах КМ, образующих основу внутрижанровых модификаций.

КМ текстов классифицированной рекламы отражают стереотипные представления об экспозиции социальных ценностей (человека и артефакта) в виде малых рекламных сообщений и имеют в своей основе слоты Объект, Действие и Фатика (обозначены жирным шрифтом), слоты Субъект и Локация являются второстепенными, слот Проспекция наименее значим (курсив):

Субъект (Фатика - Локация) -> Действие -> Объект (Локация) -» *Проспекция*

КМ текста классифицированной рекламы выглядит как сценарная цепочка слотов,

у которых могут быть свои подслоты оценки. Структура КМ разворачивается по схеме «слева - направо» или «сверху - вниз», порядок следования слотов обобщенной КМ варьируется, статус слотов неоднороден. Субъект и Объект связаны через Действие, с Локацией связаны или Субъект (например, место расположения фирмы) или Объект (например, место рождения, потери). Фатику может заменять Локация, самый «слабый» слот и связь у Проспекции.

КМ базовых текстов классифицированной рекламы («Jobs»/«Работа», «Real Estate»/«Недвижимость», «Carz»/«Автомобили») имеют от двух до пяти компонентов, репрезентации некоторых: Объекта и Проспекции, Фатики могут дублироваться. Объекты КМ различаются по признаку «человек/нечеловек», Действие мыслится как «приглашение», «продажа» или «аренда».

Выделенные нами КМ текстов «Jobs»/«Работа» (2-, 3- и 4-компонентные)<sup>1</sup> в целом изоморфны в двух языках, сходны и их репрезентации. Так, в терминальном заполнении слота Объект русских КМ появились новые имена профессий: *мерчендайзер, девелопер, промоутер, веб-дизайнер* и т. п., являющиеся транслитерацией английских слов. Слот Действие может выводиться за пределы КМ и тогда ее репрезентация может быть следующей:

HGV CLASS II DRIVERS. Competitive salary with bonuses. Some night work.

В КМ текстов о вакансии в региональных и местных английских и русских газетах обязательна Фатика (3- и 4-компонентные КМ), но она может контаминировать с Локацией, а слоты Объект и Проспекция дополняются подслотами оценки:

*ЭЛЕКТРИК приглашается на постоянную перспективную работу. З/п высокая, премии, соц.пакет, мобильный. Тел. 784-7591...*

В отличие от обобщенной КМ текста классифицированной рекламы, приведенной выше, в КМ текста о вакансии/работе слот Проспекция коррелирует с репрезен-

тайней, образующей прагматический фокус текста. На коммуникативно-прагматическом уровне этому слоту соответствуют речевые акты «информатив» или «апеллянте», вербализованные в английских текстах с поivioiubio выражений типа: *excellent/exciting opportunity/prospects; no Sun., no nights; competitive pay*. В русских текстах этот слот репрезентирован также словами со значениями «конкурентоспособность, перспектива»: *конкурентоспособный уровень оплаты труда, полный соцпакет, обучение и карьерный рост*.

Алломорфизм слота Проспекция русских КМ проявляется на уровне терминального заполнения даже в центральных изданиях. Это слова со значением «питание», указания на предоставление мобильного телефона и топлива: *проезд, проживание, питание за счет N; Мед. страх., тренинги, курсы англ., фитнес - 50%; з/п + премии + мобильнЛ бензин*. Подобные указания не отмечены в английских текстах как из национальных, так и местных газет.

Отличительной особенностью русских КМ о работе является наличие подслота отрицательной оценки у слота Объект, который на коммуникативно-прагматическом уровне реализуется через РА «апеллятив»: *студентов/иногородних/немосквичей просьба не беспокоить; без вредных привычек!* или «информатив» с имплицитной отрицательной оценкой: *граждане РФ*. Такой подслот помещается в завершение КМ.

Концептуальные представления о недвижимости в английском и русском языках имеют значительные отличия на уровне КМ. В английском языке в концепт «Недвижимость» наряду с аналогичными русскими («Дом», «Загородный дом», «Квартира», включающими понятия «квадратные метры», «этажность» и т. д.) входят: «количество спален, ванных комнат, объем і аража». Они составляют особый подслот слота Объект, которому в русской КМ соответствует подслот 'количество комнат'.

Приведем пример КМ и ее репрезентации в английском языке:

**Объект** (подслот 'количество спален, ванных комнат') -> **Локация** -> **Действие** -> **Фатика**

*5 bedroom house in East Islip 3 full baths, 3 car garage.*

В репрезентации русской КМ подчеркнем алломорфные составляющие:

*Центр, «хрущевка», 5/5 эт., пл. 30/16,5/6,5 кв. м., паркет, с/у совм., большая прихожая, окна во двор, крыша после ремонта.*

КМ текстов «Car5»/«Автомобили», «8a)e»/«Продажи», равно как и их репрезентации в английском и русском языках, в целом изоморфны: отсутствует слот Локация, терминальное заполнение оценочного подслота предполагает много вариантов:

**Объект** (подслот оценки) - ^**Действие**. -> **Фатика**.

Слот Действие в этой КМ репрезентируется словами *sale, продается/продаю/продам* и, как правило, эта репрезентация выносится за рамки микротекста (поэтому слот отмечен курсивом). Подслот оценки репрезентируется как словами с оценочной семантикой - *good, super, best, excellent condition/great condition, sound, clean, runs good/well/great, runs and looks fantastic/е хорошем/отличном состоянии, новые (шины, подкрылки и т. п.)*, так и перечислением технических параметров объекта продажи.

В КМ текстов «Service»/«услуг» на первое место выходит слот Действие (мыслимый как: перевозка, доставка, перевод, массаж, уроки чего-то, пошив и т. п.). Слот Субъект (действия) также выдвигается, эксплицируется (в отличие от предыдущих КМ, где он совмещался с Локацией или Фатикой). Оценочный подслот имеет меньший объем, чем в КМ текста о продаже, и связан со слотом Действие (так как оценивается действие, а не какой-то объект):

**Субъект** -> **Действие** (подслот оценки) -> **Фатика**.

Изоморфизм структур КМ английских и русских текстов этого типа нивелируется на уровне терминального заполнения, где в полной мере проявляется социокультурная специфика услуг, предоставляемых населению разноязычных социумов.

Тексты-объявления о рождении, браке-сочетании/помолвке и кончине составляют особый сектор английской классифицированной рекламы, существует специальная аббревиатура для блока этих текстов - BMD (Births, Marriages, Deaths). В русской социокультуре тексты о рождении и браке-сочетании в виде малых рекламных сообщений отсутствуют. Сообщения о кончине есть в обоих лингвокультурных пространствах, но их КМ имеют значительные отличия<sup>2</sup>.

КМ английского текста типа «Births» выглядит следующим образом:

**Локация** -> **Объект 2**- родители -> **Объект 1**- новорожденный (*подают Брат/Сестра*).

В этой КМ отсутствуют етопы Действие, Субъект и Фатика. В вариантах КМ текстов о рождении ребенка может также отсутствовать слот Локация (место рождения), а оценочные сведения мыслиться как дополнительные к подслоту Брат/Сестра такого-то или использоваться как оценочный подслот слота Объект 1. Репрезентациями оценочного подслота служат простые прилагательные - *beautiful, little, lovely, handsome, precious*. На коммуникативно-прагматическом уровне с помощью таких квалификаторов образуется подобие речевого акта сензитива, например:

*HINTON - On 12<sup>th</sup> September to Penny (ней Yates) and Mark, a beautiful daughter, Alice de Beer, a sister for Julia.*

КМ текстов типа «Marriages» в английском языке подразделяются на два вида: КМ текстов («Forthcoming marriages» (об объявлении помолвки) и КМ текстов «Marriages» (о заключении брака). Эти КМ также не отличаются усложненностью

структуры, но они предельно конвенциональны:

**Субъект-родители** (Локатив 1) -> **Действие** -> **Объект 1** <-> **Объект 2** -> **Объект 2а-родители**.

Приведем пример репрезентации данной КМ и отметим в скобках имена слотов:

*Engr. and Mrs. Esmeraldo Caballero of Queens* (Субъект), *New York* (Локатив), *announce the engagement* (Действие) *of their daughter Clarissa Caballero* (Объект 1) *to Wesley Trinidad* (Объект 2), *son of Dr. Efren and Dr. Ruby* (Объект 2а).

КМ текстов типа «Deaths»/НеКројигоВ в английском и русском языках образована слотами: Объекты, несколько Действий и Локативов. Первый слот Действие есть обозначение факта ухода из жизни, или результатив, второе действие проспективно (будущая церемония прощания). Слоты Действия имеют вложенные подслоты оценки (чувства близких и соболезнования). Первый Локатив облигаторен, он обозначает время (и место) кончины, второй Локатив факультативен - время и место проведения печальной церемонии. Отличительной особенностью КМ английских текстов является слот Flowers/Donations (Цветы/Пожертвования):

**Объект** (Объект-родственники) - (подслот оценки) -> **Действие 1** -> **Локатив** -> **Действие 2** -> **Локатив 2** -> Цветы, пожертвования.

В соответствующих по теме КМ русских текстов всегда есть слот Субъект, несколько иной статус имеет подслот оценки при Объекте - он факультативен, отсутствует слот Цветы, пожертвования.

КМ текстов «Lost& Роипс!»/«Потерянные и найденные» в английском и русском языках различаются тем, что в русских КМ всегда обязателен слот Протекция (подразумевается вознаграждение), в английских КМ большее количество единиц терминального заполнения имеет подслот оценки при Объекте. Слот Действие соотносится с фак-

том потери или находки, слог Фатика репрезентируется данными о человеке, совершившем действие (потерявшим/нашедшим объект), к слоту Объект прикрепляется слот Локатив - для данных о месте или времени и месте Действия:

**Действие** -> **Объект** (*подают оценки*) -> **Локатив** -> **Фатика** (англ. яз.);

**Действие** -> **Объект** (*подслот оценки*) -> **Локатив** -> **Протекция** -> **Фатика** (рус. яз.).

Приведем примеры:

*Lost Cocktiel. Santa Monica, C A. Light grey, white and yellow. Iffound please call 850-512- or 850-479--...*

*Утерян ноутбук «IBM», верх оклеен жёлтым и синим скотчем, вместе с информацией. Вознаграждение. Обращаться круглосуточно. 43-05., 8-912...*

Слот Локатив факультативен в русской КМ - поэтому отмечен курсивом. Вариантами терминального заполнения слота Протекция являются: *нашедшему просьба вернуть за вознаграждение, вернуть за вознаграждение, вознаграждение гарантируем.*

Проведенный сопоставительный анализ КМ классифицированной рекламы в английском и русском языках выявил изомор-

физм конфигураций большинства моделей, однако порядок следования компонентов-слов, а также их репрезентации демонстрируют лингвокультурный и социокультурный алломорфизм. Для английского языка характерно значительное количество социальных положительно-оценочных репрезентаций слотов Протекция (тексты «Jobs»), Объект («Lost&Found»), наличие особых КМ и соответствующих текстов BMD (Births, Marriages, Deaths). Специфика КМ русских текстов проявляется как акцентная позиция слота Действие и большее количество его репрезентаций, наличие слота Протекция в КМ текста «Потери/Находки» и под слота отрицательной оценки у слотов Объект и Протекция в КМ текстов «Работа».

Описание текстов классифицированной рекламы с позиций когнитивистики расширяет знание о внутренней структуре регламентированных речевых произведений, позволяя по-новому оценить стереотипные представления о работнике, фирме/работодателе, товаре, услуге, новорожденном, вступающих в брак/молодоженов и др., функционирующих в разных лингво- и социокультурных пространствах.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Строева И. С. Прагма-текстовые и когнитивные особенности текста классифицированной рекламы в английском и русском языках // Известия Российского Государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. Аспирантские тетради. Санкт-Петербург. № 17 (43). Ч. I. Общественные и гуманитарные науки, 2007.

<sup>2</sup> Строева И.С. Когнитивные основания структурно-семантических параметров текстов типа Deaths //Разноуровневые черты языковых и речевых явлений. Межвуз. сб. научных трудов. Вып. IX. Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2005.