

## ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ КОМПОНЕНТИ ПРИВАТНОГО ІНТЕРНЕТ - ОГолоШЕННЯ

*Г. В. Чуланова,\* канд. філол. наук;*

*Т. В. Домашенко,\* студентка;*

*Ю. Л. Анохін,\*\* керівник науково-дослідного відділу,*

*\*Сумський державний університет,*

*вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна;*

*\*ДП«Укрметрстандарт»,*

*вул. Метрологічна, 4. м. Київ, 03143, Україна*

*У статті аналізуються приватні інтернет-оголошення про роботу та їх комунікативно-прагматичні особливості. Досліджуються приклади вживання певних синтаксичних конструкцій як засобів вербальної реалізації тестів оголошень та розглядається застосування невербальних компонентів.*

***Ключові слова:** вербальні та невербальні компоненти, приватне Інтернет оголошення, синтаксичні конструкції.*

Проблематика дослідження текстів мережі Інтернет привертає увагу все більшої кількості науковців-філологів. Досліджуються структурні, дискурсивні, етикетні, терміноутворюючі аспекти інтернет-комунікації, розвиваються когнітивно-перекладацький, лінгвокультурологічний, когнітивно-прагматичний напрямки вивчення Інтернет комунікації.

**Актуальність** дослідження визначається спрямованістю сучасних мовознавців на дослідження тексту, а також тенденцією до поглибленого вивчення різних типів текстів та їх функціональних особливостей.

**Об'єктом** дослідження є приватні інтернет-оголошення про роботу, а **предметом** – використання вербальних та невербальних компонентів.

**Метою** дослідження є встановлення способів організації та передачі інформації в приватному інтернет-оголошенні про роботу, шляхом розкриття їх комунікативно-прагматичних особливостей.

Дослідженням особливостей малоформатних текстів, в тому числі приватних інтернет-оголошень, займалися такі лінгвісти як Л. Ю. Іванов, О. С. Кубрякова, Е. І. Горошко, Є. А. Жигаліна, Г. В. Чуланова, Ю. Д. Предій, Г. Г. Почепцов, А. А. Седютин, Т. В. Шмельова, Л. Ю. Шипіцина та ін.

Матеріалом нашого дослідження є тексти оголошень про роботу, відібрані з Мережевого варіанту загальнонаціонального Британського видання «The Guardian». Інтернет комунікація розвивається виключно як вторинний, опосередкований спосіб спілкування. Її першоджерелом та основою слугують конвенційні, традиційні форми тексту, пристосовані до умов штучного віртуального світу [1, с. 525]. І саме тому, на нашу думку, тексти, розміщені на шпальтах електронної версії загальноновизнаного видання, найкраще піддаються опису та класифікації як конвертований різновид традиційних текстів, тих, що з паперового варіанту трансформувалися до мультимедійного гіпертекстового формату.

Тексти оголошень про роботу організовані за тематикою та конкретною галуззю життєдіяльності: Art Heritage, Charities, General, Health, Graduate, Environment, Engineering, Science, та ін. Кожне окреме оголошення має свою скорочену версію, в якій подається основна інформація за визначеною формально-структурною організацією: Job Title, Employer, Reference, Contract, Location, Industry, Hours, Salary, Education level. Таким чином, окреслюється прагматичний простір сприйняття тексту повідомлення.

Повна форма оголошення про роботу складається з опису запропонованої роботи чи опису компанії та її досягнень, пояснення обов'язків та вимог до майбутнього кандидата на робоче місце. Найчастіше текст оголошення про роботу завершується контактними даними, які надають змогу дізнатися про більш детальну інформацію та задати запитання безпосередньо роботодавцю.

Тексти інтернет-оголошень про роботу відрізняються за розміром. Так, найбільше за обсягом із обраних нами оголошень нараховує 657 слів, а найменше складається із 41 слова.

Проаналізуємо описані вище тексти оголошень про роботу на прикладі двох споріднених тематичних груп оголошень гуманітарного спрямування Art Heritage та Charity та більш детально розглянемо використання синтаксичних конструкцій як засобу їх вербалізації, адже синтаксичний рівень мови здатен передати основний зміст оголошення та виділити головні закономірності та особливості його написання.

Перш за все, варто зазначити, що для виділення основної інформації досить популярним у написанні інтернет-оголошення, а особливо його скороченої версії, є використання односкладних речень: *Courses from journalism, photography, film and animation, to sound arts and graphic, interactive and special design in a huge range of areas; A popular, over-subscribed school with 1,000 students on roll including 150 in a rapidly expanding Sixth Form* (2). 23% опрацьованих нами текстів містили в собі односкладні речення.

Також нами було виявлено, що тексти 36% оголошень мають складні речення з герундіальними та інфінітивними конструкціями: *We're looking for a Youth Programmes Officer to be part of our Youth Programmes team, developing and delivering activities for 14-to-19-year-olds; a natural leader, you will have a track record in fundraising and managing projects through transition and uncertainty; They are looking to recruit a Senior Account Manager who will play a crucial part in the successful trade and business division; We are looking for an experienced General Manager to lead this large and diverse high performing team and to drive forward our exciting plan and the purpose of this role is to oversee all aspects of UK sales, ensuring the company is profitable and successful* (2).

Для надання оголошенню певного емоційного забарвлення та привернення уваги адресата до запропонованої вакансії, у текстах зустрічаються окличні речення: *We are working on the most wonderful Private PA position. Best Private PA role around! To apply you must have worked as a Private PA previously; The 'Innovating for Growth' Programme is the next stage in the development of the Business & IP Centre! It has a track record in supporting small and medium-sized businesses (SME)s* (2). Такі типи речень не зовсім типові для досліджуваного виду оголошень, лише в 6,5% від усіх розглянутих прикладів була виявлена зазначена синтаксична конструкція.

Більший вплив на адресата та створення так званого діалогу між автором оголошення та реципієнтом у тексті оголошення забезпечуються завдяки питальним реченням: *Are you innovative, commercially minded, open to new ways of thinking, enthusiastic and passionate about delivering excellent customer service? The Venue and Events Manager is a key new role at the Camberley Theatre and Conference Centre; Do you love the world of music and technology? Have you experience working on clients who are music related with tech edge?* (2). За результатами нашого дослідження, 10% оголошень були написані з використанням питальних речень.

Також у текстах інтернет-оголошень про прийом на роботу часто зустрічаються спонукальні речення: *Join a team of nine in Business Marketing and work very closely with Business & IP Centre colleagues across the British Library; Please send completed application forms for these positions clearly highlighting the role that is of interest to you at the top of the application via the button below by 5pm on Sunday, 23rd November 2014; The RA Schools are seeking a supremely organized Administrator. Use the most fantastic opportunity for a polished and articulate individual with office experience* (2). Вони виконують свою основну функцію, тобто спонукають реципієнта до прийняття

певних рішень на основі прочитаного оголошення. І за нашим аналізом 24,5% текстів містять в собі спонукальні речення.

Після проведеного дослідження можна стверджувати, що в текстах приватних інтернет-оголошень переважають такі синтаксичні конструкції як складні речення з використанням герундію та інфінітиву, односкладні речення, які допомагають виділити основну інформацію та скоротити об'єм оголошення. Також очевидно, що для інтернет-оголошення обраного нами напрямку не дуже характерні речення з емоційним забарвленням (питальні, окличні речення). Але натомість досить значну роль відіграють спонукальні речення, які, як ми бачимо, досить часто вживаються в оголошеннях про роботу.

Останніми роками в науці відзначається закономірне зростання інтересу до проблеми візуалізації, невербальної комунікації, що обумовлено самими вимогами сучасної комунікації, передусім електронної. В умовах електронної комунікації інформація циркулює не лише у вигляді текстів, вербальної інформації, але і у вигляді різних образів [3, с. 144]. Розвиток мультимедійного середовища, тобто вихід на зорові і звукові образи, що зберігаються в пам'яті комп'ютера і відтворюються за завданням користувача, значною мірою змінює традиційні уявлення про текст як об'єкт вивчення лінгвістики. Так, поняття тексту «розширюється до семіотичного концепту, відтворюючого зоровий образ в статичному і динамічному виконанні, включаючи звуковий супровід і власне текст у вигляді титрів» [4, с.79]. Як справедливо відмічає В. М. Березин «ілюстрація нині все ширше стає елементом текстообразу. Рівень інтегрованості усіх образотворчих засобів, так само як і інших знакових утворень, в єдиний текстуальний простір друкованих і електронних видань дуже високий» [5, с. 110].

Невербальні компоненти (малюнки, фотографії, шрифти різних стилів, розмірів і кольорів, капіталізація, курсив тощо), виступають змістовно-смісловими елементами креолізованих текстів різних жанрів. Невербальні компоненти набувають особливої значущості, оскільки беруть участь у формуванні як плану їх вираження, так і плану їх змісту [6, с. 25]. Використання невербальних засобів, які допомагають привернути увагу адресата, підвищують ступінь його зацікавленості [7, с. 8], стає важливою ознакою цих текстів. Креолізовані тексти – це паралінгвістичні активні тексти, невербальна частина яких націлена на активну дію адресата.

Під час опрацювання приватних інтернет-оголошень нами було виявлено вживання великої літери у випадках, не обумовлених правилами граматики. Цей невербальний компонент є поширеним прийомом сугестії і вирізняється високою частотністю в даних текстах [7, с. 9]; велика літера надає ваги, візуально виділяє слово серед інших: *We are now seeking a DIRECTOR OF MARKETING AND COMMUNICATIONS to develop, manage and deliver a comprehensive marketing and communication strategy; This is NOT an entry level role, you will be managing client enquiries; ensuring all their diaries are up to date and that Manager is informed of any queries and new ideas; SENIOR MANAGEMENT ASSISTANT, COMEDY. Are you a comedy enthusiast who knows who's who and who's up and coming on the live circuit (2)?*

Для привернення ще більшої уваги адресата автор цього оголошення виділяє певні фрази жирним шрифтом: *Handle Recruitment are searching for an Assistant Theatre Manager for this well-known theatre in the heart of London's West End; We are looking for an experienced and enthusiastic Early Years Librarian to take a lead on the management of Belsize Community Library (2).*

Так як емоційне навантаження не зовсім характерне для приватних Інтернет оголошень про роботу, то нами було помічено лише поодинокі використання засобів посилення емоційності тексту (знаків оклику і питань, трьох крапок, смайликів): *Work as a key member of our fundraising department!!!! We need an experienced and dynamic person to be our Researcher and Database Manager; Do you have experience working in a fast paced, successful talent agency/management company???* (2).

Поєднання тексту і візуальних знаків різко знижує поріг зусиль адресата,

необхідних для сприйняття повідомлення. Створюється “кооперативний ефект”, пов’язаний із взаємодією двох різних типів сприйняття – семантичного та естетичного (С. Г. Кара-Мурза), оскільки графічне оформлення, розміщення у полі зору, колір є складовими частинами дискурсу естетики (G. Kress, T. Leeuwen) [7, с. 9].

На наш погляд, феномен креолізованих текстів ще недостатньо добре вивчений. У подальшому дослідження текстів інтернет-оголошень про роботу надасть можливість вибудувати комунікативні моделі адресанта та адресата, дослідити особливості функціонування різнорівневих лексичних одиниць, що у свою чергу надасть можливість для виокремлення специфічних та інваріантних особливостей текстів-оголошень як жанру інтернет-комунікації.

#### VERBAL AND NON-VERBAL COMPONENTS OF THE PRIVATE INTERNET ADVERTISEMENT

G. Chulanova, T. Domashenko, Yu. L. Anokhin

*The article deals with the private Internet advertisements about work and their communicative and pragmatic features. The examples of the usage of the most common syntactic constructions as the means of verbalization of advertisement and also the usage of non-verbal components are being studied.*

**Key words:** verbal and non-verbal components, private Internet advertisement, syntactic constructions.

#### ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ ЧАСТНОГО ИНТЕРНЕТ - ОБЪЯВЛЕНИЯ

Г. В. Чуланова, Т. В. Домащенко, Ю. Л. Анохин

*В статье анализируются частные интернет-объявления о работе и их коммуникативно-прагматические особенности. Исследуются примеры употребления определенных синтаксических конструкций как средств вербальной реализации текстов объявлений, а также рассматривается использование невербальных компонентов.*

**Ключевые слова:** вербальные и невербальные компоненты, частное интернет-объявление, синтаксические конструкции.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – К.: Ваклер, 2005. – 656 с.
2. Guardian.co.uk. [Electronic resource] – Access: <http://www.theguardian.com/uk>.
3. Згурська В. Г. Когнітивно-перекладацький аспект вивчення лексичних інновацій сфери Інтернет та комп'ютерних технологій / В. Г. Згурська // Вісн. Сум. держ. ун-ту. Сер. Філол. науки. – 2005. – № 5. – С. 142-148.
4. Заборовська С. В. Особливості віртуального дискурсу в просторі Інтернет (на прикладі інтернет-щоденників): автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.02 / С. В. Заборовська; Харк. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. – Харків, 2006. – С.77-84.
5. Заборовська С. В. Дискурсивні стратегії й тактики мовної особистості автора наукового дискурсу / С. В. Заборовська // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики.– К. : ЛОГОС, 2005. – Вип. 6. – С. 108-112.
6. Компанцева Л. Ф. Інтернет-комунікація: когнітивно-прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти: автореф. дис. д-ра філол. наук: 10.02.02 / Л. Ф. Компанцева; НАН України. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. – К., 2007. – 36 с.
7. Чуланова Г. В. Лінгво-прагматичні особливості тексту-регулятиву в рекламно-художньому дискурсі сучасної англійської мови : автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Г. В. Чуланова. – Донецьк, 2012. – 20 с.

*Надійшла до редакції 3 жовтня 2014 р.*