

## ДО ПИТАННЯ МОЖЛИВОСТІ АВТОМАТИЧНОЇ ГЕНЕРАЦІЇ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Колодна Л.М., Бабкова Н.В.

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків*

Автоматичне створення текстів – одна з поширених задач обробки природної мови. Генератори текстів, як правило, застосовуються в тих випадках, коли до якості тексту не пред'являється жорстких вимог, а його написання вручну займає багато часу або є нецікавим завданням – наприклад, складання текстових зведень даних або написання текстів для пошукової оптимізації веб-сторінок.

Серед алгоритмів створення текстів можна виділити два основних підходи: методи, засновані на правилах, що дозволяють отримати високої якості текстів, але вимагають знання правил мови й є трудомісткими в розробці, в той час як методи, засновані на машинному навчанні, залежать тільки від навчальних даних, але частіше допускають граматичні та семантичні помилки в створюваних текстах. Найбільш частим підходом до задачі автоматичного створення текстів є застосування ланцюгів Маркова – ймовірнісної моделі, що не залежить від правил мови та не вимагає лінгвістичних знань. Модель Маркова відноситься до методів машинного навчання. У заснованих на правилах підходах до автоматичного створення текстів застосовуються лексико-синтаксичні шаблони. Застосування цього методу для текстів англійською мовою отримало широке впровадження й саме цей метод отримав найбільше число згадувань в публікаціях з комп'ютерної лінгвістики.

У разі україномовних текстів лексико-синтаксичні шаблони вже застосовуються для вирішення таких задач, як витяг іменованих сутностей, але не для створення текстів: робіт, що описують застосування шаблонів в генераторах текстів українською мовою, на даний момент не багато.

У даній роботі розглядається генератор текстів відгуків російською мовою, розроблений із застосуванням лексико-синтаксичних шаблонів, і його порівняння з іншого реалізацією генератора відгуків, в основі якої лежать ланцюга Маркова. Окремий інтерес викликає можливість генерації текстів рекламної спрямованості, оскільки на сьогоднішній день реклама всюди нас оточує та являє собою важливий інструмент сучасного ринку. Саме високий темп розвитку рекламного жанру, привів к підвищенню інтересу до рекламного дискурсу у філологів та лінгвістів.

Рекламний дискурс використовує всі методи та прийоми, притаманні іншим дискурсам, але також важливе значення, навіть, можна сказати, визначне, відіграє прагматика та прагматичне повідомлення до потенційного покупця. Для досягнення бажаного результату рекламодавець використовує різноманітні лінгвістичні засоби, один з яких може стати автоматизоване створення рекламних текстів на основі побудови ланцюгів Маркова.