

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-4-1.45>

Хутыз Ирина Павловна

**РАСШИРЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВТОРИЧНОГО ТЕКСТА: АНАЛИЗ ПЕРСУАЗИВНЫХ СРЕДСТВ АННОТАЦИИ**

В статье рассматриваются функциональные возможности аннотации монографии как вторичного текста. На материале анализа научных аннотаций выдвигается предположение о том, что современная аннотация выполняет не только информационную, но и убеждающую функцию. Дискурсивный анализ избранных для исследования аннотаций позволяет сделать вывод о том, что убеждающая функция рассматриваемого вторичного научного текста реализуется посредством ряда персуазивных тактик, которые разделяются на эксплицитные (явные) и имплицитные (неявные).

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2018/4-1/45.html](http://www.gramota.net/materials/2/2018/4-1/45.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2018. № 4(82). Ч. 1. С. 191-194. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2018/4-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2018/4-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

**ANALYSIS OF THE SOCIAL PRACTICE “GRADUATING FROM THE UNIVERSITY”  
IN THE CONTEXT OF THE AMERICAN UNIVERSITY DISCOURSE**

**Khilalova Natal'ya Gaptullovna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
*Irkutsk State University*  
*hilal@list.ru*

The article presents the results of studying the ritualization of the learning process at the American universities using the example of the Texas A&M University of College Station. The author describes various discursive features and ritual actions that structure the social practice “Graduating from the University”, serving the purpose of maintaining the corporate spirit of this institution. An important role is played by symbolic, linguistic, and iconic signs, which include a number of complex symbolic actions that express existing social and cultural relationships at the university.

*Key words and phrases:* university discourse; ritual; corporate spirit; social practices; sign-symbol; iconic sign; “One’s Own” – “Somebody Else’s”; values; illocutionary force.

УДК 8; 808.5

Дата поступления рукописи: 19.01.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-4-1.45>

*В статье рассматриваются функциональные возможности аннотации монографии как вторичного текста. На материале анализа научных аннотаций выдвигается предположение о том, что современная аннотация выполняет не только информационную, но и убеждающую функцию. Дискурсивный анализ избранных для исследования аннотаций позволяет сделать вывод о том, что убеждающая функция рассматриваемого вторичного научного текста реализуется посредством ряда персуазивных тактик, которые разделяются на эксплицитные (явные) и имплицитные (неявные).*

*Ключевые слова и фразы:* вторичный текст; аннотация; монография; персуазивность; эксплицитные и имплицитные средства.

**Хутыз Ирина Павловна**, д. филол. н., доцент  
*Кубанский государственный университет, г. Краснодар*  
*ir\_khoutyz@hotmail.com*

**РАСШИРЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВТОРИЧНОГО ТЕКСТА:  
АНАЛИЗ ПЕРСУАЗИВНЫХ СРЕДСТВ АННОТАЦИИ**

Под вторичным текстом понимают, как правило, текст, который создан на основе первичного для того, чтобы кратко донести наиболее важную информацию первоисточника. Вторичные тексты формируются «путём сокращения и выборки информации, содержащейся в первичном источнике» [14, с. 28], и могут определяться как производные, в отличие от первичных текстов, являющихся первоначальными или исходными [10]. Традиционно считается, что основная цель вторичных текстов – сообщать, о чём говорится в первоисточнике. Соответственно, можно предположить, что основная функция, реализуемая вторичным текстом, – информировать. Примерами вторичных текстов, участвующих в научной коммуникации, выступают аннотация, реферат, автореферат диссертации и т.д. Они обобщают информацию, содержащуюся в основном источнике.

Неудивительно, что в информационный век интерес исследователей к вторичным текстам возрастает в силу того, что они способны быстро и однозначно передавать необходимую информацию. В связи с появлением множества библиографических и реферативных научных баз (например, *scopus*), электронных библиотек (*elibrary*), а также электронных книжных магазинов, размещающих аннотации изданий на своих страницах, исследование вторичных текстов в академической коммуникации обретает особую актуальность: «Интерес к текстам, возникшим в результате обработки исходных, “первичных”, текстов вполне закономерен, так как их роль и доля в современном информационном пространстве очень велики» [2, с. 3]. Действительно, данный интерес можно проследить в многообразии научных работ, посвящённых исследованию вторичных текстов. Так, типология и характер вторичных текстов изучались в лирике [6], поэзии [9] и художественных произведениях [8]. Типы текста, которые привлекли внимание лингвистов как вторичные: сочинение-рассуждение [15], официально-деловые тексты [22], электронная рецензия [21], научно-учебные тексты [19]. Анализу подвергались такие категории вторичных текстов, как аппроксимация содержания [12], когнитивные особенности порождения [13], коммуникативно-когнитивные [2] и семантико-прагматические [21] характеристики, целостность [24] и т.д.

В фокусе нашего внимания вторичные тексты научной коммуникации, а именно – аннотации, размещённые на оборотной стороне монографии (первичный текст), позволяющие учёным быстро находить интересующую их информацию. Однако в современном профессиональном контексте, в котором учёному необходимо уметь привлекать внимание к результатам своего труда и доказывать свою состоятельность для участия в дальнейших научных мероприятиях (например, оппонировании диссертаций, грантах и т.д.), авторская аннотация

становится ещё и средством продвижения деятельности учёного. В связи с этим аннотация имеет не только информирующее значение, но и выполняет функцию убеждения в уникальности и значимости предлагаемого автором труда, т.е. выполняет функцию персуазивную. Успешно составленная аннотация монографии отличается особой важностью (например, по сравнению с аннотацией к научной статье), так как в подобном научном издании автор глубоко изучает определенную тему и представляет результаты своего исследования, демонстрируя «новые мысли, оригинальный анализ какой-либо проблемы и т.д.» [17]. Таким образом, монография выступает как своего рода инструмент выдвижения результата [25] деятельности учёного, который заинтересован в распространении и продвижении книги для повышения исчисляемых показателей своей деятельности (например, цитируемости). Соответственно, аннотация имеет как информирующую функцию, так и убеждающую: с помощью этой информации автор пытается убедить своего потенциального читателя в важности представленного исследования и необходимости приобрести и/или прочитать его книгу. Подобное наблюдение уже было сделано в отношении вторичных текстов в издательском деле (текст на обложке книги), которые являются рекламными по своей сути (и могут называться «книжное рекламное эссе») [2].

Цель данной статьи – указать на расширение функциональных возможностей, выполняемых современной аннотацией в науке, и обозначить повышение роли аннотации в продвижении научного труда. Персуазивные специфики аннотации, реализующие убеждающую функцию, рассмотрены на материале 20 аннотаций к русскоязычным монографиям, размещённым на сайте издательства «Флинта» ([www.flinta.ru](http://www.flinta.ru)) и посвящённым вопросам лингвистики и коммуникации.

Напомним, что категория персуазивности участвует в осуществлении речевого воздействия. Возможно выделение персуазивных стратегий (например, рациональных, эмоциональных, ценностных [16]), которые, в свою очередь, будут включать тактики – более мелкие коммуникативные действия на пути к реализации общей стратегии. Персуазивность обычно реализуется посредством рационального убеждения, но может опираться и на эмоционально-оценочные средства. Американские учёные С. Тренхолм и А. Дженсен относят феномен персуазивности к стратегической коммуникации, которая направлена на то, чтобы изменить мнения и верования окружающих [28]. Они считают, что воздействие может быть трёх видов – директивное, персуазивное и направленное на послушание (согласие). Директивное воздействие осуществляется с помощью очевидных требований и приказов без дополнительной аргументации; действия, направленные на согласие, могут включать такие стратегии, как угрозу, дистанцирование, негативную стимуляцию (предполагает демонстрацию негативных эмоций, чтобы добиться желаемого эффекта) и т.д. В ходе персуазивной коммуникации используются доказательство, объяснение, рассуждение и т.д. для того, чтобы убедить адресата принять точку зрения адресанта. Так, например, англоязычный сайт, созданный для оказания помощи выпускникам американских школ при написании выпускного сочинения, к персуазивным стратегиям относит такие средства, как: использование статистических данных, цитаты известных людей, риторические вопросы, метафоры, гиперболу, определённую синтаксическую оформленность мысли (повтор, противопоставление, параллельные конструкции) и т.д. [27]. Все виды воздействия реализуемы только при наличии у коммуникантов общих ценностей и минимального контекста взаимопонимания [28]. Так, например, процесс продвижения товара, называемый маркетингом, строится полностью на осознании ценности покупателей и на создании продукта, который этим ценностям соответствует. Как отмечает тренер по ораторскому мастерству К. Галло, С. Джобс смог мастерски описать основные характеристики продукции компании *Apple* – для увлечённых людей, которые смогут изменить мир в лучшую сторону, – убедив массы людей по всему миру приобретать товары данного производителя [26].

Итак, под персуазивными мы понимаем средства, участвующие в осуществлении речевого воздействия и направленные на убеждение адресата совершать (или не совершать) некоторые действия. Средства, с помощью которых реализуется феномен персуазивности, привязаны к ситуации, контексту, что свойственно различным коммуникативным (прагматическим) категориям, например имплицитности.

Перейдем к понятию аннотации, на материале которой будут выявлены особенности её персуазивности. Аннотация определяется как «предельно сжатая характеристика первоисточника, имеющая чисто информационное значение» [5]. Как нам кажется, данное определение не учитывает те функции, которые выполняет современная аннотация, а именно продвижение деятельности учёного, достигаемое с помощью персуазивных тактик. На наш взгляд, аннотация, являясь сжатой характеристикой первоисточника, направлена на передачу информации, а также определение уникальности и важности первоисточника в системе существующей (узкой или широкой) области знаний (например, фразеологии [3], политической лингвистики [23]). Очевидно, что при написании аннотации авторы следуют структуре, принятой в научном сообществе. Авторы обращают внимание на раскрытие актуальности своей работы, постановку проблемы, пути её решения, полученный результат (выводы) исследования [20], а также указывают целевую аудиторию своего издания.

При анализе текстов аннотаций были выделены эксплицитные и имплицитные персуазивные средства. К эксплицитным (очевидным) персуазивным средствам мы относим:

- выделение автором специфики собственного исследования из более широкого научного контекста, т.е. характеристика уникального научного фокуса труда. В следующем примере автор переходит от общего описания известных подходов к изучению перевода к уникальному новому научному взгляду на выявление специфик перевода, представленных в монографии: «Внутриязыковой и межъязыковой перевод, воспроизведение и обыгрывание цитат, пародирование, стилизация и другие преобразования классических и современных текстов рассматриваются как варианты исходного инварианта-прототипа, с одной стороны, а с другой –

как комбинации семиологически релевантных характеристик, формирующих инвариантное представление о соответствующем тексте (инвариант-конструкт)» [18];

- использование узкоспециальной терминологии (данная тактика порождается тактикой, обозначенной выше), указывающей на готовность автора занять определенную нишу в науке. Так, термин «фраземосемиозис», разъясняемый автором в аннотации, подчеркивает значимую роль представленного исследования в изучении фразеологии: «В книге ставится задача осмыслить когнитивно-прагматические стимулы *фраземосемиозиса* (здесь и далее в примерах курсив наш. – И. Х.) – процесс косвенно-производного порождения и смысловой интерпретации фраземы» [3]; или выделение термина «коммуникативный патернализм» в институциональном общении: «В работе представлено комплексное прагмалингвистическое описание явления *коммуникативного патернализма*...» [4]. Выражение «инвариант-конструкт» во фразе «как комбинация семиологически релевантных характеристик, формирующих инвариантное представление о соответствующем тексте (инвариант-конструкт)» [18] также может относиться к данной категории персуазивных средств;

- указание на наличие обширного исследовательского корпуса, т.е. иллюстративных источников, обещающих читателю не только доказуемость сделанных автором выводов, но и интересное сочетание теории с анализом эмпирического материала: «В монографии *на широком и разнообразном материале слов и словосочетаний, цитат и фразеологических единиц, а также целостных текстов* во всей их полноте и сложности изучаются вопросы варьирования и инвариантности, составляющие суть филологической топологии» [Там же];

- перечисление автором конкретных действий, выполняемых им в монографии. Данный персуазивный приём достигается с помощью глаголов: *выявлять, изучать, обосновывать, определять, представлять, раскрывать, рассматривать, уделять внимание* и т.д. Например: «В книге *проведен сравнительный анализ двух образовательных стратегий... Рассматриваются* психолого-педагогические механизмы, содержание и процесс, технологии, методы и формы языкового развития личности; *Предложены* методики работы с межпредметными понятиями и концептами, критериально-диагностический комплекс, апробированные в практике сетевого проектирования» [7]; или: «В книге *выявлены* основные особенности мифологического мировидения, *рассмотрена* общеевропейская система классификации мифологических рассказов, на русском материале *исследуются* особенности мифологического пространства... *Используется* обширный экспедиционный фольклорный материал по народной демонологии...» [11].

Имплицитные (неявные) средства персуазивности, на наш взгляд, транслируются:

- с помощью лексики, имеющей положительную коннотацию в контексте современной науки и указывающей на актуальный характер монографии. Так, упоминание об антропоцентричности или междисциплинарности исследования представляет его в выгодном свете: «В настоящей монографии проводится исследование в русле *антропоцентрической парадигмы* лингвистических исследований» [1]; или: «Монография посвящена *актуальным* проблемам *модернизации* системы общего образования в контексте *современной* социокультурной и языковой ситуации» [7]. Соответственно, положительная коннотация, повышающая интерес аудитории к изданию, может передаваться словами *модернизация, актуальный, комплексный, межпредметный, новый, особый, сложный, современный, специальный* и т.д.: «Данная работа посвящена *новой* модели понимания смысла текста...» [Там же]; «Монография посвящена *комплексному* описанию системы языковых средств, реализующих категорию пространство в политическом тексте» [23];

- указанием на широкий круг заинтересованной аудитории. Так, многие авторы в своей аннотации указывают, что их монография будет интересна самой разнообразной аудитории: «Для филологов, студентов гуманитарного профиля, учителей словесности, школьников, а также *для широкого круга читателей*» [11]; «Книга предназначена для лингвистов *широкого профиля*, переводоведов и переводчиков, специалистов по межкультурной коммуникации, стилистике и лингвокультурологии, преподавателей иностранных языков, аспирантов и студентов» [18].

Таким образом, на примере анализа персуазивных средств, содержащихся в авторской аннотации к монографии, можно сделать вывод о том, что аннотация как вторичный текст в контексте современных условий коммуникации направлена не только на выполнение информирующей функции, но и используется авторами изданий для продвижения и популяризации своего научного труда. Научная аннотация, нацеленная на выполнение убеждающей функции, становится инструментом стратегической коммуникации. Персуазивные средства, с помощью которых автор монографии кратко и ёмко характеризует в аннотации свои научные достижения, могут иметь эксплицитный и имплицитный характер. К эксплицитным средствам выражения персуазивности можно отнести обозначение в аннотации уникальности научного труда, использование автором узкоспециальной терминологии, указание на богатый исследовательский корпус, конкретизацию действий, совершаемых автором в ходе написания монографии. Имплицитные средства персуазивности реализуются в аннотации с помощью лексики с положительной коннотацией, характеризующей актуальность исследования, а также при упоминании о том, что данный научный труд представляет интерес для широкой аудитории. Соответственно, можно говорить о расширении функционального назначения аннотации как вторичного текста, что вызвано, безусловно, изменениями в деятельности современного учёного и в подходах к возможностям оценки его научного вклада.

#### Список источников

1. Абилюдинова Ж. Б. Этнические стереотипы через призму языка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.flinta.ru/book.php?id=1580> (дата обращения: 19.01.2018).
2. Агранович Н. Б. Вторичные тексты в коммуникативно-когнитивном аспекте: дисс. ... к. филол. н. М.: Институт языкознания РАН, 2006. 152 с.

3. **Алиференко Н. Ф.** Когнитивно-прагматические истоки фраземосемиозиса [Электронный ресурс]. URL: <http://www.flinta.ru/book.php?id=1582> (дата обращения: 19.01.2018).
4. **Белецкий С. Б., Куликова Л. В.** Патернализм в институциональной коммуникации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.flinta.ru/book.php?id=1578> (дата обращения: 18.01.2018).
5. **Валеева Н. Г.** Жанрово-стилистическая характеристика научных текстов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.trpub.ru/articles/harakteristika/> (дата обращения: 18.01.2018).
6. **Владимирова О. А.** Вторичный текст в лирике: онтология и поэтика: дисс. ... к. филол. н. Тверь: Тверской гос. ун-т, 2006. 195 с.
7. **Володина Е. Н.** Языковое развитие личности в условиях модернизации системы общего образования: теория и практика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.flinta.ru/book.php?id=1510> (дата обращения: 19.01.2018).
8. **Гавенко А. С.** Вторичный текст как компонент художественного текста (на материале романа В. Пелевина «Generation "П"»): дисс. ... к. филол. н. Барнаул: Алтайский гос. ун-т, 2002. 169 с.
9. **Гудкова Я. А.** Антонимия в первичном и вторичном поэтическом тексте: дисс. ... к. филол. н. Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2010. 186 с.
10. **Дымант Ю. А.** Соотношение первичности и вторичности в текстах произведений В. В. Набокова: дисс. ... к. филол. н. Пермь: Пермский гос. нац. исследовательский ун-т, 2017. 243 с.
11. **Ефимова-Залекер Е. С.** Русский устный мифологический рассказ: пространство, время, человек [Электронный ресурс]. URL: <http://www.flinta.ru/book.php?id=1491> (дата обращения: 19.01.2018).
12. **Ионова С. В.** Аппроксимация содержания вторичных текстов: дисс. ... д. филол. н. Волгоград: Волгоградский гос. пед. ун-т, 2006. 459 с.
13. **Исенбаева Г. И.** Методология порождения вторичного текста: когнитивный аспект: дисс. ... д. филол. н. Челябинск: Челябинский гос. ун-т, 2010. 417 с.
14. **Касимова С. В.** Содержание и границы понятия «вторичный текст» // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Лингвистика». 2010. № 2. С. 28-31.
15. **Лаврова И. В.** Сочинение-рассуждение как разновидность вторичного текста: базовые характеристики: дисс. ... к. филол. н. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2011. 208 с.
16. **Мартемьянова С. С.** Аргументация и стратегии персуазивности в речевом жанре «дискуссия» // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2013. № 9 (84). С. 41-45.
17. **Некоторые правила издания и написания монографий** [Электронный ресурс]. URL: <http://izd-mn.com/pravila-parisaniya-i-izdaniya-monografy.html> (дата обращения: 19.01.2018).
18. **Полубиченко Л. В.** Филологическая топология: теория и практика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.flinta.ru/book.php?id=1539> (дата обращения: 19.01.2018).
19. **Попова О. В.** Психолингвистическое моделирование процессов восприятия научно-учебного текста: дисс. ... к. филол. н. Кемерово: Омский гос. ун-т им. Ф. М. Достоевского, 2012. 189 с.
20. **Правила написания аннотации** [Электронный ресурс]. URL: <http://векторнауки.рф/2014-03-23-12-41-07/168-2014-06-30-19-25-28> (дата обращения: 25.12.2017).
21. **Прибыткова С. А.** Семантико-прагматические особенности электронной рецензии как вторичного текста (на материале английского языка): дисс. ... к. филол. н. Тамбов: Тамбовский гос. ун-т им. Г. Р. Державина, 2004. 183 с.
22. **Протасова Г. Г.** Формирование коммуникативной компетентности студентов-переводчиков на занятиях по стилистике русского языка: на материале вторичных текстов официально-делового стиля: дисс. ... к. пед. н. Самара: Самарский гос. пед. ун-т, 2007. 156 с.
23. **Сегал Н. А.** Политический текст: метафорическое моделирование [Электронный ресурс]. URL: <http://www.flinta.ru/book.php?id=1572> (дата обращения: 19.01.2018).
24. **Солодянкина Н. В.** Целостность текста в аспекте согласования его формальной и смысловой структур (на материале исходных и вторичных текстов): дисс. ... к. филол. н. Кемерово, 2004. 142 с.
25. **Чернявская В. Е.** Научный дискурс: выдвижение результата как коммуникативная и языковая проблема. М.: Ленанд, 2017. 144 с.
26. **Gallo C.** The Storyteller's Secret. N. Y.: St. Martin's Griffin, 2017. 288 p.
27. **Rhetorical Devices and Persuasive Strategies for the SAT Essay** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lovethehat.com/rhetorical-devices-persuasive-strategies-sat-essay> (дата обращения: 23.01.2018).
28. **Trenholm S., Jensen A.** Interpersonal Communication. N. Y.: Oxford University Press, 2007. 464 p.

**EXTENSION OF FUNCTIONAL POSSIBILITIES OF A SECONDARY TEXT:  
THE ANALYSIS OF PERSUASIVE MEANS OF AN ABSTRACT**

**Khutyz Irina Pavlovna**, Doctor in Philology, Associate Professor  
*Kuban State University, Krasnodar*  
*ir\_khoutyz@hotmail.com*

The article deals with the functionality of a monograph abstract as a secondary text. The material for the analysis of scientific abstracts suggests that a modern abstract has not only informational, but also persuasive function. The discursive analysis of the abstracts selected for the study allows us to conclude that the persuasive function of the secondary scientific text under consideration is realized through a series of persuasive tactics that are divided into explicit and implicit ones.

*Key words and phrases:* secondary text; abstract; monograph; persuasion; explicit and implicit means.