

М.В. Черкунова*

Самарский государственный университет

**ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНФОРМАТИВНЫХ
ВКРАПЛЕНИЙ В КОРПУСЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АННОТАЦИЙ
НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

M.V. Cherkunova
Samara State University

**PRAGMATIC POTENTIAL OF THE QUOTATIONS EMBEDDED
INTO THE ANNOTATIONS OF SCIENTIFIC WORKS**

The paper deals with the analysis of the functional paradigm of the quotations making a structural element of annotations in scientific works. It contains a classification of their pragmatic types and analyses the ways of their influence on the target audience.

Объектом данного исследования являются аннотации англоязычных произведений научной литературы, представленные в информационно-рекламных каталогах ведущих британских и американских издательств. Так как речь идет о научном дискурсе, то можно говорить о том, что категория авторитетности входит в число основных как для первичного научного текста, так и для вторичного текста аннотации. Типичный для научного дискурса способ верификации той или иной мысли – обращение к авторитетному мнению, ссылка на профессионала, цитата. Именно этот механизм цитирования с целью повышения значимости издания среди профессионалов в определенной

* © Черкунова М.В., 2010

отрасли знания задействуется во вторичных текстах аннотаций научной литературы, то есть в структуру вторичного текста вводится особая структурная единица – цитатный блок. Цитатный блок, состоящий из одной или нескольких цитат, является факультативным структурным элементом; он сопровождает 12 % аннотаций научной литературы (всего 349 цитатных включений). Однако правомерно говорить об особом статусе цитатного блока в реализации прагматического потенциала вторичного текста аннотации, так как, с одной стороны, ссылка на авторитет есть неотъемлемая часть научного дискурсивного пространства и понятна и привычна для члена научного сообщества, а с другой – цитата несет во вторичном тексте ярко выраженный побудительный импульс, реализуя таким образом рекламную, воздействующую функцию.

Под цитатой в данной работе понимается «...функциональный элемент принимающего текста, предназначенный для реализации определенной коммуникативной интенции и характеризующийся рядом инвариантных конвенционально установленных формально-содержательных характеристик. В число главных дифференцирующих признаков цитаты входят эксплицитная маркированность, структурно-семантическое тождество с текстом-источником, указание авторства» [1, с. 7].

В структуре аннотаций научной литературы цитаты отмечены формальными признаками, характерными для оформления подобного рода ссылок, а именно – кавычками и указаниями на авторство. В качестве источников цитирования в аннотациях научной литературы выступают: 1) специализированные периодические издания или уважаемые газеты и журналы (69 % цитат имеют ссылку на печатное издание: *the Guardian*, *the Independent*, *the Times Literary Supplement*, *Choice*, *Library Journal*, *History Today*, *the Journal of Asian Studies*, etc.) или 2) специалисты по профилю аннотируемых изданий (31 %).

По характеру содержания цитатные включения, сопровождающие англоязычные аннотации научной литературы, можно условно разделить на цитаты-мнения и цитаты-пояснения.

Цитаты-мнения являются преобладающим типом (64 %), они передают личные впечатления цитируемого автора об аннотируемом издании:

«Brilliant, fascinating and persuasive.
This book will stir significant debate».

(10, p. 34)

Цитата-мнение предлагает готовое позитивное суждение о книге, формируя таким образом имидж предлагаемого издания. Однако цитата-мнение может содержать не только суждения об издании, но и субъективную положительную позитивную оценку деятельности автора издания:

«Cowen is an economist right down to his wingtip shoes, but he is not one who knows the price of everything and the value of nothing. He is no philistine. He knows about art and believes in it, yet he remains an economist and calculator. It's nice work if you can get it».

(Ibid, p. 37)

В данной связи нельзя не отметить высокую значимость личностных и профессиональных качеств автора научного издания для реализации прагматической цели вторичного текста аннотации – информирования членов научного сообщества о новейших разработках в конкретной научной области, а также побуждения адресата к определенным действиям – прочтению или приобретению книги. Субъективное положительное мнение коллеги по цеху о личности автора вызывает дополнительный интерес и к содержанию книги.

Цитаты-пояснения, в свою очередь, включают до определенной степени объективную информацию о содержании аннотируемой книги либо о ее целевой направленности и ориентированы, главным образом, на расширение референционного пространства основной части аннотации, а также на более точное нацеливание издания на конкретную аудиторию:

«I believe this book represents an important milestone in our understanding of how business value is evolving and addresses the challenge of business value whilst delivering tested strategies to build a more effective business organization».

(9, p. 15)

Стилеобразующими для всех вторичных текстов аннотаций являются такие признаки, как оценочность, информативность и активизирующее начало. Те же самые признаки характерны и для цитатного блока как для компонента структуры аннотации. В зависимости от того, какой из этих признаков является ведущим в рамках цитатного включения, были выделены следующие прагматические типы цитат: 1) оценочно-фактуализирующая цитата, 2) оценочно-экспрессивная, 3) фактуализирующая, 4) побудительная и 5) персуазивно-аргументативная.

Так, максимальное количество цитат – 37 % – реализуют *оценочно-фактуализирующую модель*. Основной прагматической задачей данного типа цитирования является закрепление фактологической и эмотивно-оценочной информации об издании:

«*The Seduction of Culture in German History* is a powerful and sustained meditations on the dilemmas of Germany's legendary infatuation *with Kultur*. These themes have never been brought together so impressively and convincingly. This marvelous *tour d'horizon* of twentieth-century German intellectual life provocatively suggests that the central interpretive questions about German past remain unsettled. Lepenies' prose is lively, witty, and engaging. Every paragraph is packed with dazzling insight. The writing is lapidary, the conclusions magisterial».

(10, p.15)

Данный прагматический тип является наиболее частотным в силу того, что он реализует целый комплекс коммуникативных

задач, ключевых для вторичных текстов аннотаций научной литературы, а именно – информирования и воздействия.

Следующим по частотности прагматическим типом цитирования является *побудительный тип*, выражающий совет или рекомендацию приобрести аннотируемое издание – 25% цитат соответствуют данному типу. Совет/рекомендация выражаются посредством целого арсенала лексико-грамматических средств: *to be highly/enthusiastically recommended (for purchase), to be essential for somebody, to be an essential purchase, to be a necessary own, to be a must-read, must be seen as an absolute bargain, its acquisition should be a high priority, should acquire, etc.* Следует заметить, что в рамках цитатных включений рекомендации приобрести аннотируемое издание порой носят очень откровенный и настойчивый характер:

«At every random sampling the essays are taut, lucid and balanced ... they (libraries) should buy it».

(4, p. 5)

«Thoroughly researched, well argued, and engaging... Historians of Victorian Anglicanism, church history, publishing and working-class radicalism must read it».

(5, p. 24)

Основанная на информации, окрашенной положительными коннотациями, побудительная цитата является сильным средством воздействия. Совет или рекомендация, выраженные уважаемым печатным источником либо авторитетным в конкретной научно-практической области лицом, могут служить для адресата аннотации прямым руководством к действию, то есть к прочтению и/или приобретению книги.

Оценочно-экспрессивный тип, представленный 17 % цитатных включений, нацелен исключительно на создание и/или закрепление у адресата позитивного образа издания, без подкрепления оценки фактическими сведениями о книге:

«A blockbuster».

(11, p. 94)

«... this is a book to take in small bites, to savour, and to digest slowly (perhaps with a glass of wine). It truly is a feast for the mind»

(Ibid, p. 161)

15 % цитат реализуют *персуазивно-аргументативную прагматическую модель*. Данные цитатные включения ориентированы на оказание воздействия, основанного на логических аргументах. Как правило, преимущества конкретного издания аргументируются путем сравнения его с другими, ранее изданными книгами по аналогичной проблематике:

«This guide is recommended for its high quality and because no comparable one-volume guide to criticism of all literatures in English currently exists».

(4, p. 5)

«... general business and accounting dictionaries include many of the same acronyms, but no other source has as many as Morris's».

(Ibid, p. 55)

Для данного типа цитат характерны различные маркеры логического убеждения, а также средства структурирования высказывания, типичные для научного дискурса в целом: firstly, secondly, in addition, moreover, furthermore, because of, etc.

Наименее распространенным среди аннотаций научной литературы является *фактуализирующий прагматический тип* цитирования (6 %). Установка на чистое информирование реализуется путем включения в цитатный фрагмент дополнительных объективных сведений об издании:

«... Lapidus is concerned not with defining an essential Islam, but rather with mapping the role of Islamic beliefs, institutions, and identities in particular historical contexts».

(1, p. 83)

Подводя итоги всему вышесказанному, следует еще раз отметить тот факт, что наличие цитат в англоязычных аннотациях научных изданий подтверждает вторичный характер данных малоформатных образований, так как цитирование и ссылка на авторитет являются неотъемлемой частью научного дискурсивного пространства. Однако субъективные оценочные мнения преобладают над сухим изложением объективной информации – по-видимому, положительный отзыв профессионала в конкретной отрасли знания обладает большим весом среди членов научного сообщества, чем обезличенное перечисление характеристик издания. Одним из механизмов повышения интереса к содержанию издания является упоминание в рамках цитаты личностных качеств и профессиональных достижений автора издания, что, на наш взгляд, роднит текст аннотации с рекламным дискурсом. Частотность выделенных нами прагматических типов цитирования также свидетельствует о том, что наиболее предпочтительным способом реализации прагматического потенциала цитаты становится одновременная направленность на информирование в сочетании с предоставлением готовой положительной и довольно эмоциональной оценки научного издания, а также настойчивая рекомендация прочесть либо приобрести книгу. Логическое убеждение и объективное изложение дополнительных сведений об издании занимают последнее по частотности место среди прагматических типов цитат. В целом можно сделать вывод о том, что основной прагматической задачей цитатных включений в текстах англоязычных аннотаций научной литературы является внушение потенциальному потребителю идеи о надежности, авторитетности, исключительности конкретного издания и его незаменимости в профессиональной деятельности за счет осуществления

направленного воздействия на подсознание потенциального покупателя и апелляцию к его эмоционально-психической сфере.

Библиографический список

1. Алещанова И.В. Цитация в газетном тексте: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000. 22 с.
2. Винарская Л.С. Информационная структура рекламного текста: на материале французских печатных текстов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1995. 25 с.
3. Ионова С.В. Вторичный текст и проблема преобразования смысла в процессе коммуникации // Человек в коммуникации: аспекты исследований: сб. науч. ст. Волгоград: Перемена, 2005. С. 121–134.
4. Михальская А.К. Основы риторики. М.: Просвещение, 1996. 416 с.

Источники фактического материала

1. Academic and Professional Publishing Catalogue. New books and journals. July to December 2002. Cambridge University Press. 140 p.
2. Business and Management 2001. Pearson Education. 103 p.
3. Business Management and Marketing 2005. Student textbooks. John Wiley and Sons Ltd. 56 p.
4. Fitzroy Dearborn Publishers. Reference Books. Spring / summer 2002. Fitzroy Dearborn Publishers. 65 p.
5. History 2005-2006. Oxford University Press. 68 p.
6. Humanities and Social Sciences. New books and journals. January to June 2002. Cambridge University Press. 104 p.
7. Humanities, Social Sciences and Law. New Titles. Books, Journals, Online, CD-ROMs. April to June 2006. Oxford University Press. 96 p.
8. Law 2001. Pearson / Longman. 74 p.
9. Management and Leadership. Professional Books and Journals 2005. John Wiley and Sons Ltd. 25 p.
10. Princeton. Spring 2006 International. Princeton University Press. 100 p.
11. University of California Press. Spring 2006. University of California Press. 129 p.