

"Super Mario". Такім чынам, каламбур у гэтым загалюўку рэалізуе адразу дзве функцыі: атрактыўную і экспрэсіўна-стылістычную.

Эфектам прымянення камічнага эфекта ў публіцыстычных тэкстах з'яўляецца не толькі прыцягненне ўвагі ізўнага чытача. Разнастайныя прыёмы рэалізацыі камічнага таксама дазваляюць аўтару выразіць сваю ацэнку да прадмета, пра які ён разважае, і зрабіць акцэнт на тым ці іншым аспекце праблемы. Таксама выкарыстанне камічнага эфекта ў загалюўках дае магчымасць аўтару ў некаторым сэнсе маніпуляваць вўдыторыяй, таму што эфект, атрыманы пасля прачытання загалюўка, уплывае на далейшае успрыманне таго, што напісана ў артыкуле.

Т.Ф. Солонович
БГЭУ (Мінск)

ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АННОТАЦИИ К НАУЧНОЙ СТАТЬЕ КАК ЖАНРА НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Научный экономический дискурс включает различные жанры, в том числе, практику аннотирования научных статей как неотъемлемую часть научного обмена информацией в современных условиях. Работа посвящена описанию дискурсивных характеристик данного жанра научной коммуникации и излагает результаты исследования, выполненного на материале англоязычных научных отраслевых журналов по экономике и бизнесу.

Общезвестно, что аннотация к научной публикации — это вторичный текст, содержащий краткую характеристику статьи, в том числе указание на основную тему, проблему, объект, цель работы, ее результаты, а также основные положения первичного документа.

Опираясь на дискурсивное по своей сути определение текста, данное Е.С. Кубряковой, понимающей под текстом «информационно *самодостаточное* речевое сообщение с ясно оформленным *целесолаганием* и ориентированное по своему замыслу на своего *адресата*» [Кубрякова, Е.С. О тексте и критериях его определения: Текст. Структура и семантика. — Т. 1. — М., 2001. — С. 72-81], рассмотрим, каким образом данные параметры реализуются в аннотации.

Аннотация выступает в качестве самодостаточного малоформатного текста, который, тем не менее, информационно привязан к первоисточнику. Согласно зарубежной издательской практике, аннотация располагается после заголовка публикации и предшествует тексту статьи. Однако в ряде научных журналов, в том числе и белорусских, аннотации всех публикаций собираются вместе и размещаются в конце издания. В аннотации информация представлена в максимально сжатом виде, при этом компрессия исходного текста в аннотации заключается лишь в перечислении вопросов, освещаемых в первоисточнике, без раскрытия их содержания. Коммуникативная цель аннотации — дать читателю общее представление о содержании публикации, а также служить справочно-информационным указателем при формировании информационных и поисковых систем. Аннотация адресована потенциальному читателю научной статьи, которым чаще всего является специалист в данной области науки.

Являясь частью научного дискурсивного пространства, аннотация обладает отличительными чертами научного стиля речи — логичностью, объективностью изложения, наличием книжной и терминологической лексики, определенных синтаксических структур, отсутствием образности.

Аннотация — это определенным образом организованная форма коммуникации, которая во многом регламентируется действующими государственными стандартами по библиотечному и издательскому делу, а также политикой конкретного издания.

Риторическая структура аннотации к научной статье включает ряд коммуникативных функций, или шагов: размещение конкретного исследования в информационном пространстве среди других исследований близкой тематики, объявление о теме исследования, сообщение об основных результатах проведенного исследования, выводах и рекомендациях (см. работы J.M. Swales, C.B. Feak, M.B. Santos, A.M. Cava, O.I. Pezzini, M.B. Черкуновой, Е.И. Большаковой/Н.В. Баевой и др.). Наше исследование подтверждает типичность именно такой риторической последовательности в большинстве проанализированных аннотаций к статьям, опубликованным в англоязычных журналах по экономике и бизнесу.

Выполняя справочно-информационную функцию, авторская аннотация к научной статье не должна содержать оценки. Оценочный компонент может присутствовать в аннотации лишь имплицитно в виде указания на новизну проведенного автором исследования.

В ходе исследования был также уточнен перечень наиболее частотных лексикограмматических средств английского языка, реализующих указанные выше коммуникативные функции в аннотациях к научным статьям экономической тематики. Полученные результаты используются в практике преподавания английского языка для академических целей в экономическом вузе.

Т.А. Сысоева
МГЛУ (Минск)

ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ АВТОРА И ЧИТАТЕЛЯ МЕДИЙНОГО ТЕКСТА

Не имея возможности контролировать ход коммуникации и соответственно корректировать используемые речевые стратегии, тактики и языковые средства, автор создает медийный текст, ориентируясь на существующий в его сознании образ адресата. От прогнозируемого образа получателя текста зависит воплощение авторского замысла на всех этапах коммуникации: при отборе информации, выборе композиции, стиля общения, а также наиболее эффективных языковых средств воздействия на читателя. Однако в современной медиалингвистике получила развитие концепция адресата как активного субъекта равноправного речевого взаимодействия, которая пришла на смену парадигме субъект-объектных отношений и пониманию речевого взаимодействия как одностороннего процесса. На дискурсивном уровне указанная концепция эксплицируется при помощи комплекса приемов и языковых средств, получившего название «диалогизация монологической речи». Данной цели служат, например,