

Е. А. Московая

**О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ АННОТАЦИИ  
НАУЧНЫХ ТЕКСТОВ**

Список литературы – это бесспорное «лицо» любого исследования. Помимо фундаментальных первоисточников и актуальных монографий огромную роль играют статьи из научных журналов. Принято считать, что подобного рода публикации обладают широким спектром действия. Во-первых, они являются своеобразным дискуссионным полем вокруг какого-либо произведения (например, «Метафоры, которыми мы живем» Дж. Лакоффа и М.Джонсона). Во-вторых, обращение к научным статьям дает возможность составить представление об актуальных направлениях внутри интересующих нас тем.

Однако наступает момент, когда существующее изобилие статей играет во вред, и исследователь сталкивается с рядом сложностей, которые можно свести примерно к следующему: как *выделить* наиболее *важные* для себя тексты, и на чем следует фокусироваться при таком поиске в первую очередь? В данном случае своеобразной «точкой фокусировки» выступает аннотация.

Аннотация – важная часть научного дискурса. Ее важность являет себя через функции, которые она выполняет: а) презентацию содержания научной статьи, б) определение ее релевантности [2].

Аннотация – это особый источник информации, цель которого заключается в передаче краткого содержания научной статьи. Составляя аннотацию, автор сталкивается с идеей *компрессии* ряда первоисточников, используемых при написании работы. Исходя из вышесказанного, можно предположить, что написание аннотации сродни тонкому искусству, ведь она «...лишь перечисляет вопросы, которые освещены в первоисточнике, не раскрывая самого содержания этих вопросов. Аннотация отвечает на вопрос: «О чем говорится в первичном тексте?»» [2, с.20].

Существует и другой ракурс рассмотрения особенностей аннотации, а именно через раскрытие ее рекламирующего потенциала. Исходя из этого ракурса анализа, выделяют два вида аннотаций: а) справочную и б) рекомендационную. Соответственно, справочная аннотация включает в себя краткую информацию о содержании и специфике того или иного произведения. Обычно справочная аннотация напрямую связана с научными, учебными и справочными изданиями. В свою очередь, рекомендационная аннотация составляется с целью заинтересовать читателя и представить наиболее значимые стороны того или иного произведения. Рекомендационные аннотации присущи научно-популярным изданиям и художественной литературе [1].

Рассматривая аннотацию с точки зрения ее рекламного потенциала, интересно обратить внимание на так называемые принципы «мягкой», и «жесткой» рекламы. «Мягкая» реклама фокусируется на рациональности и, соответственно, полезности того или иного исследовательского продукта, в данном случае – книги. Такой принцип соответствует упомянутой справочной аннотации. В случае применения «жесткой рекламы» делается акцент на эмоциональную составляющую. Апелляция к эмоциональной составляющей, а также психологическим оценкам присуща рекомендационным аннотациям. В любом из этих видов аннотаций прямо или косвенно содержится вопрос: необходимо ли обращаться к этому источнику? [1]

В качестве заключения отметим, что аннотацию можно представить как малоизученную специфическую составляющую научного дискурса, которой присущи малоформатность, компрессионность а также стимулирующий восприятие рекламный потенциал. В условиях существования больших потоков информации изучение возможностей аннотации видится актуальной и перспективной темой.

**Литература:**

1. Дзикович О.В. Анотація-опис книги як вид рекламного тексту [Текст] / О.В. Дзикович // Наукові записки Національного університету «Острозька академія» Серія «Філологічна». – 2016. – №61. – С.52-55.
2. Иноземцева Н.В., Вержинская И.В. Структурные особенности аннотаций научных и методических статей [Текст] / Н.В.Иноземцева, И.В.Вержинская // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2016. – №6(194). – С.19-23.