

2. Баранов, А. Н. Введение в прикладную лингвистику [Электронный ресурс] / А. Н. Баранов. – Режим доступа:<http://refdb.ru/look/3926610.html>. – Дата доступа: 03.03.2016.

3. Аутсайдер в контексте. «Географ глобус пропил», режиссер Александр Велединский [Электронный ресурс]. – KinoArt.– Режим доступа:<http://kinoart.ru/archive/2013/08/autsajder-v-kontekste>. – Дата доступа: 28.02.2016.

4. Review: “The Huntsman,” a Study in Hollywood’s Overstuffed Playbook [Electronic resource] / The New York Times. – Mode of access: <http://qps.ru/UzRMZ>. – Date of access: 13.03.2016.

5. Иссерс, О. С. Речевое воздействие: учеб.пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / О. С. Иссерс. – М. : Флинта : Наука, 2009. – 224 с.

6. Зимний путь. Куда-нибудь [Электронный ресурс] – Газета «Выбор». – Режим доступа: <http://qps.ru/1LUgA>. – Дата доступа: 03.03.2016.

7. Review: “Sing Street” Is an ’80s Love Affair, Hair Gel Required [Electronic resource] / The New York Times. – Mode of access:<http://qps.ru/NywYa>. – Date of access: 14.03.2016

8. Если ты не выбираешь свет, твоих детей выберет тьма [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.myjane.ru/articles/text/?id=16998>. – Дата доступа: 04.05.2016.

9. Арнольд, И. В. Стилистика современного англ. языка (стилистика декодирования) / И. В. Арнольд. – Л.: Просвещение, 1981. – 388 с.

10. Review: “The Assassin” Finds Delight in a Deadly Vocation [Electronic resource]/ The New York Times. – Mode of access: <http://qps.ru/XkNWr>. – Date of access: 13.03.2016.

11. Особенности национального дембелизма [Электронный ресурс]. – Независимая газета. – Режим доступа: [http://www.ng.ru/culture/2000-03-18/7\\_national.html](http://www.ng.ru/culture/2000-03-18/7_national.html). – Дата доступа: 01.03.2016.

**УДК 811.111’42’373.46**

***Г. Н. Игнатюк***

## **ТЕКСТООБРАЗУЮЩИЕ ФУНКЦИИ ЗАГОЛОВКОВ АНГЛИЙСКИХ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ**

*Настоящее исследование посвящено структурно-композиционным и логико-семантическим особенностям английских научно-технических*

*текстов, представляющих сферу компьютерных технологий. Непосредственному анализу подверглись заголовки с каузальной семантикой, с высокой частотой встречающиеся в исследуемых текстах. Рассмотрены структурно-семантические и текстообразующие свойства заголовков, имеющих в своем составе глаголы каузации изменения. Результаты анализа могут быть использованы для компьютерной обработки, аннотирования и реферирования научно-технических текстов.*

В качестве организующих признаков научных текстов многими авторами называются подчеркнута информативный характер, строгая логическая последовательность изложения, доказательность и аргументированность выводов, эксплицитность и однозначность выражения, тесная спаянность текстовых фрагментов и т. п. Высокая информационная плотность и насыщенность в сочетании с максимальной сжатостью и лаконичностью изложения являются неотъемлемой характеристикой современных текстов научно-технической направленности.

В содержательном аспекте научная информация заключена в таких элементах текста, как сверхфразовые единства и предикатно-релятивные комплексы, что формально представлено членением текста на абзацы и композиционные звенья в виде заголовка (или заголовочного комплекса), аннотации, введения, основной части (корпуса) статьи и заключения. Эти композиционные звенья составляют своеобразный инвариант научно-технической статьи [1, с. 19] и, в свою очередь, могут рассматриваться как единицы анализа научно-технического текста.

Заголовок и интродуктивная часть статьи выполняют важнейшую коммуникативную задачу. Являясь фактически первым композиционным звеном научно-технического текста, заголовок несет на себе ответственность за соответствие основной теме текста, он должен предельно точно, кратко и ёмко отражать суть последующего изложения. Как правило, заголовок используется и в качестве первого названия объекта описания, что играет немаловажную роль для поиска и хранения научной информации.

Занимая «сильную позицию» в тексте [2, с. 13], заголовки принимают активное участие в текстообразовании: они содержат указание на тему, а также и на рему статьи, как бы «конденсируют» текстовую информацию, которая затем раскрывается с необходимой степенью эксплицитности. Заголовки определенным образом информируют адресата о характере и содержании предваряемого ими текста, тем самым способствуя формированию у него соответствующей коммуникативной установки, концептуальной гипотетической ориентировки на

содержание статьи. «Прагматизация заголовков научно-технической статьи отражает стремление автора к максимальному представлению объекта речи до акта коммуникации (проспекция текста)» [3, с. 152].

Текстообразующие свойства заголовка выражаются в его способности коротко, но достаточно полно отражать главное содержание текста, объединять отдельные смысловые отрезки, создавая цельно-оформленность текста, и выполнять роль того предела, к которому стремится логическое построение текста. Таким образом, заголовок можно охарактеризовать как неотъемлемый компонент текста, который предваряет текст (или его сегмент) и кодирует его содержание, являясь графическим маркером его семантической самостоятельности и структурной завершенности.

Заголовки обладают двунаправленной связью как с текстом статьи, так и с непосредственными фактами действительности, способствуя адекватному восприятию текстовой информации. Помимо объективной способности заголовка к сообщению чего-либо нового об уже известном явлении и к передаче содержательно-концептуальной информации, заголовку присущи также черты субъективно-авторской оценки и обобщения.

В зависимости от содержательных характеристик, которыми наделяется заголовок, разные авторы по-разному подходят к определению его основных функций. По мнению большинства исследователей, выполняя в тексте информативную, номинативную, рекламную и экспрессивную функции, заголовки призваны отражать соответственно целевую установку текста, его логико-семантическую структуру, прагмакоммуникативное задание и авторскую интенцию.

Как уже отмечалось, одной из характерных особенностей научно-технического текста является его строгая, четко структурированная форма и объективизированный, логизированный характер изложения. Логико-семантические отношения в тексте выражаются с помощью различных языковых средств, ярким примером которых могут служить предложения с каузальной семантикой, т. е. структурно-семантические образования, выражающие причинно-следственные отношения.

Как показал анализ научно-технических текстов по компьютерным технологиям, в роли заголовков с высокой частотой встречаются предложения, в которых каузальная семантика выражена глаголами каузации изменения. По своей структуре анализируемые заголовки в большинстве случаев представляют собой двусоставные предложения, характеризующиеся линейностью структуры, способствующей лучшему восприятию заголовка. Линейность структуры создается последовательной смысловой связью между ее компонентами, воспроизводящей

логическую последовательность научной мысли, не нарушаемую какого-либо рода обособлениями и парентезой. Такие заголовки характеризуются высокой содержательной ёмкостью, адекватно отражая двусоставность мысли. Например: *Charge Balance Relaxes Components Needs*.

Для анализируемых заголовков со структурой двусоставного предложения характерен глагольный предикат, выражающий каузацию изменения, а субъект, выражающий причину в таких заголовках, представлен обычно существительным, обозначающим какое-либо устройство: *New Tools Ease State-Machine Design*; свойство: *Static CMOS, Radiation Hardness Extend 8-bit Micro Life Cycle* или метод: *Software Approach Broadens Options for Virtual Memory*. В роли объекта, т. е. следственного аргумента глагольного предиката, наибольшее распространение получили существительные, обозначающие параметр: *Linear Regulator Cuts Dropout Voltage*, процесс: *On-Chip Caches Speed Processing* или свойство: *Scanner Cards Boost Precision*.

В научно-технических статьях заголовки с глаголами каузации изменения выполняют преимущественно информативную функцию, являясь индикатором основного содержания проблемы и вмещаая в себя компрессированную текстовую информацию. Выступая носителями информативной функции, такие заголовки выражают максимум информации минимальными средствами. Например: *Programmable Chip Adds Flexibility*. Информативной функции в подавляющем большинстве случаев сопутствует номинативная функция, поскольку такого рода названия содержат в себе указание на основной объект описания, о котором пойдет речь в дальнейшем изложении: *Logic Simulator Improves Timing Analysis Capabilities*.

Таким образом, функционируя в качестве заглавия целого текста или его части, предложения с каузативами прогнозируют его содержание, выражая при этом его тему и рему в наиболее концентрированном виде. Роль своеобразного тема-рематического «конденсата» изучаемые заголовки выполняют с помощью предикатно-аргументного комплекса. Причем, если тема статьи чаще всего выражается причинными аргументами, такими, например, как «наличие устройства» или «процесс», то эффект ремы создают значения предикатов каузации изменения или же точнее – комплексное значение глагольно-объектного сочетания, представляющего собой следственный аргумент, выражающий обычно изменение того или иного параметра. Например: *Graphic Processor (тема) Boosts System Speed (рема)*.

Наряду с информативной и номинативной функциями, заголовки с глаголами каузации изменения призваны выполнять в тексте и рекламную функцию, под которой понимается их способность быть

яркими, броскими, экспрессивными. Подобные заголовки «приближают» читателя к рекламируемому продукту, отмечая и обосновывая те или иные его преимущества и достоинства. Наибольшей встречаемостью в этой позиции отличаются такие глаголы, как *boost, add, enhance double* – ЛСГ «увеличение»; *cut shrink, trim* – ЛСГ «уменьшение»; *ease, simplify* – ЛСГ «облегчение»; *speed, accelerate* – ЛСГ «ускорение». Например: *CMOS Building Blocs Shrink and Speed Up FFT Systems; Switching Power Supplies Cut Size, Improve Reliability; ADCs Boost Performance, Lower Price.*

В роли заголовков в рекламной функции можно встретить предложения с глаголами, наделенными ярким метафорическим смыслом; их эмоциональный оттенок способствует эффективному привлечению внимания потенциального потребителя (пользователя): *squeeze, slash* используются вместо *reduce*; *hike*; *beef up* – вместо *increase* и т. д. Например: *Accelerator Squeezes Simulation Time from Hours to Minutes; GaAs Arrays Slash Power, Gate Delays; Stepper Dramatically Hikes Production of Active-Matrix Liquid Crystal Displays; Board Beefs Up PC Graphics Speed.*

Наиболее употребительны заголовки такого рода в текстах, посвященных представлению новых изделий (рубрика *New Products*), как правило, очень кратких (1-5 абзацев, состоящих из одного-двух предложений) и монотематичных. Например: *PC AT Chip Set Shrinks Parts Count.* Подобный тип заголовка можно охарактеризовать как «заголовок-световое пятно», высвечивающий самый яркий элемент озаглавливаемого текста.

Соотношение заголовка с массивом текста наблюдается на всех уровнях его композиционного членения. Среди языковых средств, обеспечивающих связь заголовка с текстом, наиболее значимыми являются разного рода повторные номинации. Наиболее заметное проявление такой соотнесенности наблюдается на уровне начального абзаца. Как показывает анализ, научная статья характеризуется устойчивым признаком повторяемости заголовочных слов в зачине, что непосредственно вытекает из таких особенностей научной речи, как открытая экспликация авторской интенции, стремление к возможно более ранней вовлеченности читателя в ход авторской мысли. Например, заголовок *Self-Diagnostics Boost Data Integrity* повторяется в первом предложении начального абзаца в следующем виде: *Improved self-diagnostics boost a disk drive's data integrity.*

Такие повторы являются определенной «тематизацией», так как они предназначены для своего рода «расшифровки», толкования содержания, заключенного в заголовке в сжатой и лаконичной форме.

В этом смысле начальный абзац приближается по своему назначению к так называемому подзаголовку, который вместе с основным заголовком статьи составляет целый заголовочный комплекс. Например:

*Intelligent VLSI Controllers Boost Laser Printing* – заголовок.

*Creating bit-mapped images in page memory with hardware, two raster-printer accelerators speed output to 15 to 40 pages per minute* – подзаголовок.

Основной функцией заголовочного комплекса («заголовка-сверхфразового единства») является более полное отражение главной идеи текста. Входящие в его состав подзаголовки выполняют добавочную функцию связи основного заголовка с корпусом статьи и тем самым служат «текстовым информатором» при детальной конкретизации и экспликации тематического ядра, заложенного в заголовке [1, с. 20]. Исходя из перечисленных свойств подзаголовка, его можно охарактеризовать как своеобразную аннотацию или «микроаннотацию», поскольку он служит ориентиром для читателя о целесообразности прочтения статьи целиком и так же, как и аннотация, выполняет осведомительную, сигнальную и, в какой-то мере, рекламную функцию.

Наряду с описанным выше соотношением заголовка и подзаголовка как обобщения и детализации, в анализируемых текстах встречаются и случаи обратного соотношения, когда подзаголовок является обобщением тех или иных моментов, отображенных в основном заголовке статьи. Например: «расшифровка» конкретных преимуществ новой упаковочной технологии, о которой говорится в подзаголовке *Although new packaging technology raises issues of reliability, thermal management and signal integrity, designers can't afford to ignore the advantages*, представлена в предшествующем заголовке *Fine-Pitch Technology Shrinks System Size, Boosts Performance*.

Таким образом, можно заключить, что анализируемые заголовки представляют собой своего рода предварительное резюме статьи, сообщая заранее существенную информацию и тем самым предвосхищая последующее содержание. Несмотря на относительную самостоятельность заключенного в них сообщения, имеющего гибридный номинативно-коммуникативный (тема-рема-тематический) характер, заголовки изучаемого типа обнаруживают тесную связь как со всем корпусом научно-технической статьи, так и с ее отдельными композиционными звеньями.

### Список аиспользованной литературы

1. Мешман, Л. И. Композиционно-смысловая организация текста английской научной статьи / Л. И. Мешман // Функциональные стили в преподавании иностранных языков. – М., 1982. – 198 с.

2. Арнольд, И. В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста / И. В. Арнольд // Иностранные языки в школе. – 1978. – № 4. – С. 6–13.

3. Попова, Т. Г. Параметры научно-технической статьи (на материале испанского языка) / Т. Г. Попова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2004. – № 11 – С. 149–153.

УДК 811.133.1'233

*А. А. Кирюшкина*

### О ПРЕДМЕТНОЙ ПРИЛОЖИМОСТИ ЯЗЫКОВОГО ЗНАКА

*Данная статья посвящена изучению расширения предметной приложимости языкового знака. Автор исследует речевое поведение говорящего и его эмоционально-оценочное отношение к реальному положению дел как сугубо субъективное восприятие последнего, а эмотивно-оценочный компонент высказывания как следствие речетворческой деятельности говорящего и его интенции – манифестации эмоционального состояния, отношения. В связи с этим в центре внимания оказываются проблемы субъективной номинации как результата смещения или потери семантической референции.*

Отдельный коммуникативный акт зачастую является всего лишь одним из звеньев в цепи коммуникативных актов, совершаемых разными говорящими. Описываемые ситуации попадают под определение коммуникативного взаимодействия или коммуникативной интеракции. В коммуникативном событии подобного рода участники взаимодействия поочередно обмениваются коммуникативными ролями: роль говорящего исполняет то один, то другой из коммуникантов, при этом каждый строит вокруг себя собственное коммуникативно-прагматическое пространство. Важным элементом этой модели является обратная связь, реакция получателя на сообщение, которая выражается в ответном сообщении, направляемом отправителю. Причем ключевой фигурой предстает именно отправитель сообщения, его коммуникативная установка, так как от него зависит реакция получателя информации. Становится очевидным, что основная задача отправителя заключается в том, чтобы его послание было как можно более понятным, четким и убедительным.