

# НАУЧНЫЙ СТИЛЬ

## Речевые жанры научного стиля

### Научные подстили

- Собственно научный
- Научно – информативный
- Научно – справочный
- Учебно-научный
- Научно-популярный

# НАУЧНЫЙ СТИЛЬ

**Научно-информативный подстиль**

**Речевые жанры чаще всего являются вторичными (составляются на основе уже имеющихся оригинальных текстов)**

- **Реферат**
- **Аннотация**
- **Конспект**
- **Тезисы**

# АННОТАЦИЯ

**Аннотация - сжатая, краткая характеристика книги (статьи или сборника), ее содержания и назначения. В научно-информативной аннотации перечисляются главные вопросы, проблемы первичного текста, иногда характеризуется его структура, композиция. Как правило, аннотация состоит из простых предложений**

**Аннотация имеет три обязательные части:**

- 1. Выходные данные аннотируемой книги/статьи**
- 2. Содержательная характеристика первоисточника и цель автора**
- 3. Адресат аннотируемого текста**

**Кроме названных частей, могут быть и факультативные части:**

**композиция, структура первичного текста;**

**иллюстративный материал, приведенный в первоисточнике.**

# НАУЧНАЯ АННОТАЦИЯ

## РЕЧЕВЫЕ КЛИШЕ АННОТАЦИИ

*В статье (книге) рассматривается...;*

*В книге изложены...;*

*Статья посвящена...;*

*Автор предлагает оригинальную концепцию...*

*В своем фундаментальном исследовании...*

*В статье даются...;*

*В основу работы положено...;*

*Автор останавливается на следующих вопросах...;*

*Автор затрагивает проблемы...;*

*Цель статьи - показать...;*

*Цель автора - объяснить (раскрыть)...;*

*Целью статьи является изучение...;*

*Автор ставит своей целью проанализировать...*

*Сборник состоит из... частей*

*В первой главе рассматриваются...*

*Книга предназначена для...*

# **НАУЧНАЯ АННОТАЦИЯ. ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ**

***Статья Л. Григорьева***

***«Трансформация иностранного капитала: 10 лет спустя» была опубликована в 6 номере журнала «Вопросы экономики» в 2001 году – устная речь***

***Григорьев Л. Трансформация иностранного капитала: 10 лет спустя// Вопросы экономики. 2001. № 6. С. 15 – 35.***

# НАУЧНАЯ АННОТАЦИЯ

## 1. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. М., 2001.

Основные положения, развиваемые в книге А. Вежбицкой, заключаются в том, что разные языки существенно разнятся в отношении своего словарного состава и эти различия отражают различия ядерных ценностей соответствующих культурных общностей. В своей книге А. Вежбицкая стремится показать, что всякая культура может быть исследована, подвергнута сопоставительному анализу и описана при помощи «ключевых слов» языка, обслуживающего данную культуру. Теоретическим фундаментом такого анализа может служить «естественный семантический метаязык», который реконструируется на основе широких сопоставительно-языковых исследований.

Книга адресована не только лингвистам, но также антропологам, психологам и философам.

## 2. Валгина Н.С., Светлышева В.Н. Русский язык. Орфография и пунктуация. Правила и упражнения. М., 2002.

Пособие включает описание принципов русского правописания и изложение правил орфографии и пунктуации с учетом тенденций и развития, отраженных в практике современной печати.

Правила снабжены системой тематически подобранных упражнений, способствующих закреплению навыков грамотного письма.

Издание ориентировано на широкие круги обучающихся русскому языку: школьников старших классов, абитуриентов, студентов. Может быть использовано корректорами.

# НАУЧНАЯ АННОТАЦИЯ

## 3. Успенский Б.А. Этюды о русской истории. СПб, 2002.

Собранные в настоящем томе статьи, разнообразные по своей тематике, объединены общим подходом к русской истории, рассматривающейся в контексте истории русской культуры. Автором предпринимается попытка показать исторический процесс с точки зрения его участников. Этот подход предполагает реконструкцию системы представлений, определивших развитие русской истории.

Проблемы истории взаимосвязаны в сборнике с проблемами филологии и культурной антропологии.

Книга адресована историкам, филологам, философам, а также широкому кругу читателей, интересующихся гуманитарными дисциплинами.

## 4. Лаптева О.А.. Живая русская речь с телеэкрана. М., 2003.

Что происходит с нашей речью? Литературна ли она? Каков ее современный облик и как он соотносится с установками нормы? Как создать речевой портрет нынешней эпохи, чтобы он смог отразить многообразие пристрастий, привычек, наклонностей огромной армии говорящих? Какое место займет в нем речевая индивидуальность? Что управляет живыми речевыми процессами в их историческом движении?

Автор попытался ответить на эти вопросы, слушая, наблюдая, фиксируя характерные особенности словесного вала, ежедневно и ежечасно обрушивающегося на нас по радио и с экрана телевизора.

Поставленные вопросы интересны не только специалистам, поэтому автор отошел от строгого жанра научного исследования в сторону более простого изложения. Это позволило ориентировать книгу на широкую аудиторию. Читателями книги могут стать и профессионалы-русисты, и те, для кого речь – инструмент профессии (журналисты, политики, актеры) или предмет и инструмент будущей профессии (студенты – филологи и журналисты), и все, кто интересуется современным состоянием русского языка и его культуры.

# РЕКЛАМНАЯ АННОТАЦИЯ

- **Портрет аудитории.** Адресатом рекламы ни при каких условиях не могут мыслиться «широкие массы потребителей».
- **Напротив, эффективность рекламного сообщения в первую очередь зависит от четкой проработки портрета потребителя: определения его психологических и социальных установок и стереотипов, понимания его стиля жизни.**
- **Выбор адресата рекламы определяется процедурой, известной в маркетинге как сегментирование рынка. Учет особенностей целевого сегмента помогает фирме достичь преимущества за счет более точной ориентации на характерные потребности целевой аудитории.**



# РЕКЛАМНАЯ АННОТАЦИЯ

- Цель рекламной аннотации – привлечь потенциального читателя, сделать так, чтобы он купил товар
- Рекламные аннотации ориентируют книгу по уровню подготовки, возрасту или иным особенностям читателя:

*Книга станет прекрасным пособием не только для актёров, режиссёров и театральных педагогов, но и психологов-тренеров»(аннотация к книге: М. Кипнис «Актёрский тренинг. Более 100 игр, упражнений и этюдов, которые помогут вам стать первоклассным актёром»).*

- Иногда указание на адресата включается в само название книги. Тогда в аннотации этот адресат упоминается в косвенной форме:

*В этой книге представлены лучшие произведения русских поэтов XIX-XX веков, которые, несомненно, заслуживают того, чтобы их читали и перечитывали наши юные современницы (аннотация к книге: «Первая любовь. Лирика для девочек»)*

# РЕКЛАМНАЯ АННОТАЦИЯ

- Естественно предположить, что дорогую мебель покупают богатые люди, футбольное снаряжение – футболисты, а бланки бухгалтерской отчетности – различного рода фирмы.
- Прямой метод считается более надежным и строится на удовлетворении какой-либо базовой потребности. Фирма знает, что ее товар способен удовлетворить некую важную потребность аудитории, но не может точно сформулировать формальные характеристики этой аудитории. Например, потребность в свежем дыхании может быть и у молодого влюбленного, и у солидного бизнесмена, и у сельской учительницы.

# РЕКЛАМНАЯ АННОТАЦИЯ

## Содержание

- В соответствии с поставленной задачей формулируется тезис речи – предложение, в котором содержится ответ на вопрос: почему мы должны купить (заказать, употреблять и т. п.) предлагаемый товар.
- Тезис должен указывать на специфику товара, преимущество перед другими аналогичными товарами, то есть содержать УТП (уникальное торговое предложение).

# РЕКЛАМНАЯ И НАУЧНАЯ АННОТАЦИЯ

- В сугубо справочных аннотациях к научным (и близким к ним) изданиям роль УТП могут выполнять следующие элементы:
- краткое раскрытие темы издания (отражение специфики содержания, общая тематика или общий замысел);
- отличия издания от других, родственных по тематике произведений (новизна содержания, освещение неизвестных фактов или оригинальность их трактовки);
- вид издания по ГОСТу или жанр публикуемого произведения.  
*Например: Отличительной особенностью работы является подробное рассмотрение основных правил создания всех видов рекламы. Отдельное внимание уделено роли психологии в рекламе. Выделены некоторые основные особенности, присущие только рекламе услуг и торговых предприятий. Подробно рассмотрены принципы разработки стратегии рекламной компании и методы расчета рекламного бюджета фирм-рекламодателей. Уделено внимание главным аспектам политической рекламы. Приведено большое количество реальных примеров из отечественной и зарубежной рекламной практики и проведен анализ их эффективности. (аннотация к книге: Е. Песоцкий «Современная реклама: теория и практика»)*

# РЕКЛАМНАЯ И НАУЧНАЯ АННОТАЦИЯ

- **Научно-информативная аннотация относится к научному стилю и, как правило, строится как мягкая форма рекламы, обращаясь к рациональной сфере сознания:**  
*В сборник работ из научного архива А.Н. Леонтьева включены тексты, посвященные узловым методологическим и теоретическим проблемам психологии. Большинство работ, включенных в сборник, никогда ранее не публиковались. Подробно разбираются проблемы сознания, деятельности, филогенеза психики, соотношения психологического и физиологического, проблема смысла. (аннотация к книге: А.Н. Леонтьев «Философия психологии»)*
- **В то же время рекламная аннотация относится к публицистическому стилю и чаще всего ориентирована на воздействие – она содержит эмоциональные оценки и психологические аргументы:**  
*Это не книга - это революция! Опровержение всех диет вместе и по отдельности! Развенчание на вашем собственном опыте всех рекламных мифов. Абсолютно новый подход к проблеме ожирения - и 100% успех! Никаких дополнительных затрат - сплошная экономия, позволяющая каждые десять дней покупать себе обновки на размер меньше! (аннотация к книге: М. Лисси «3000 способов не препятствовать стройности, или Сделаем из Тушки Фигурку»)*

# ЛИТЕРАТУРА

1. Колтунова М.В. Деловое общение: Нормы, риторика, этикет: Учеб. Пособие. – М.: Логос, 2005.
2. Культура русской речи: Учебник для вузов /Под ред. Проф. Л.К. Граудиной и проф. Е.Н. Ширяева. М.: Норма, 2001.
3. Практикум по культуре речи: учеб. Пособие для вузов/А.И. Левинзон и др. Гос. Ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. Дом Гос. Ун-та – Высшей школы экономики, 2010.
4. Сидорова М.Ю., Савельев В.С. Русский язык. Культура речи: конспект лекций. Учебное пособие для вузов. Айрис-пресс, 2005.
5. Статья из электронной энциклопедии «Кругосвет» ([www.krugosvet.ru](http://www.krugosvet.ru)): Стилистика
6. Статья на сайте РУДН [www.langrus.ru](http://www.langrus.ru) : Разновидности научного стиля речи. Жанры собственно научного и научно-информативного общения
7. Культура устной и письменной речи делового человека. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011.
8. Ярова И.В. Аннотация как вид рекламы книги/ Чит. по [http://www.rusnauka.com/21\\_DNIS\\_2009/Philologia/49604.doc.htm](http://www.rusnauka.com/21_DNIS_2009/Philologia/49604.doc.htm)