



DYNAMIC PROPERTIES OF ABSTRACTS TO WORKS OF FICTION IN ENGLISH

M.V. Cherkunova

Samara National Research University,
34, Moskovskoye shosse, Samara, 443086, Russia

E.V. Ponomarenko

Moscow State Institute of International Relations (University),
76, Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

Abstract. *The article is devoted to dynamic transformational processes within contemporary English minitexts (small-format texts). The paper reflects the findings of a research that encompasses 500 advertising abstracts to works of fiction. Transformational dynamics is disclosed in terms of linguosynergetics based on a dynamic-and-systemic representation of evolutionary developments in book abstract discourse. Particularly, the conventional invariant discourse features are considered; non-systemic stochastic elements are revealed in such texts; abstract discourse ability of generating senses which exceed mechanic addition of text units meanings, i.e. functional synergism, is under analysis.*

The authors argue that fluctuations are observed on the lexical, structural and contextual levels of text organisation. The analysis of the data obtained leads to the conclusion that the system features of book abstracts are currently undergoing transformation of their pragmasemantic parameters, which are moving towards those of purely advertising discourse.

Today's trend to the reduction of the verbal communication volume shows that the prospect for further investigation of minitexts (including book abstract discourse) lies in the elaboration of the pragmasemantic synergism concept, with the said discourse feature being of special significance to the texts aimed at compact incorporation of considerable contents.

Key Words: *small-format text, linguosynergetics, advertising abstract, system features, transformation dynamics, fluctuations, communicative attractor*

For citation: Cherkunova M.V., Ponomarenko E.V. 2021. Dynamic Properties of Abstracts to Works of Fiction in English. Philological Sciences at MGIMO. Vol. 7. No 2(26). P. 98-107

ДИНАМИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА АННОТАЦИЙ К АНГЛОЯЗЫЧНЫМ ПРОИЗВЕДЕНИЯМ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

М.В. Черкунова

Самарский национальный исследовательский университет им. академика С.П. Королева,
Россия, 443086, г. Самара, Московское шоссе, 34

Е.В. Пономаренко

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,
119454, г. Москва, пр. Вернадского, 76

Аннотация. Статья посвящена изучению динамических трансформационных процессов в современных англоязычных малоформатных текстах. Работа отражает результаты исследования, выполненного на материале 500 рекламных аннотаций к произведениям художественной литературы. Трансформационная динамика раскрывается в терминах лингвосинергетики – с опорой на динамико-системное представление эволюционных процессов в дискурсе аннотаций. В частности рассматриваются конвенциональные инвариантные дискурсивные свойства аннотаций, выявляются асистемные хаотизирующие элементы в таких текстах, анализируется способность дискурса аннотаций к функциональному синергизму и порождению больших смыслов, чем простая сумма значений единиц текста. Авторы приходят к выводу, что хаотизирующие колебания обнаруживаются на лексическом, структурном и содержательном уровнях текстовой организации. Проведённый анализ позволяет прогнозировать вектор развития прагма-семантического пространства аннотации в сторону рекламного дискурса.

Современные тенденции к сокращению объёма вербальной коммуникации показывают, что перспектива дальнейшего изучения дискурса аннотации и других малоформатных текстов видится в разработке концепции прагма-семантического синергизма. Это связано с тем, что данное свойство дискурса особенно значимо для текстов, в которых необходимо компактно инкорпорировать немалое содержание.

Ключевые слова: малоформатный текст, лингвосинергетика, рекламная аннотация, системные свойства, трансформационная динамика, флуктуации, коммуникативный аттрактор, функциональный синергизм.

Для цитирования: Черкунова М.В., Пономаренко Е.В. 2021. Динамические свойства аннотаций к англоязычным произведениям художественной литературы. *Филологические науки в МГИМО*. Том 7. № 2(26). С. 98-107.

Введение

Сегодня, в эпоху глобализации и повсеместной цифровизации, информационное поле современного социума перегружено огромным количеством постоянно меняющихся данных. Информация поступает получателям по самым разным аудиальным, визуальным, технически усовершенствованным каналам в непрерывном режиме, однако перцептивные возможности человеческого организма не безграничны; существует определённый лимит, после которого происходит перенасыщение информацией, а её восприятие и переработка становятся крайне затруднительными. В связи с этим возникает насущная необходимость в организации

информационного потока и выбора эффективных, в том числе языковых, средств обеспечения необходимого баланса между физической протяжённостью информационного отрезка и его смысловой насыщенностью. Данное обстоятельство неизбежно влечёт за собой потребность в оптимизации вербального пространства, в связи с чем традиционно существовавшие коммуникативные практики ощутимо меняются в сторону сокращения текстового объёма при максимальном сохранении содержательной составляющей [18]. Наиболее заметно данная тенденция проявляется в повсеместном распространении текстов малого объёма, или малоформатных текстов, к разряду которых можно отнести всевозможные чаты, блоги, твиты, смс, подписи в сети Инстаграмм, сообщения в соцсетях и т.д.

Наряду с появлением новых, онтологически малоформатных жанров, происходят изменения внутри традиционных жанровых образований. Процессы реорганизации привычных текстовых форматов неизбежно сопровождаются «размыванием» их классических системных свойств и выработкой комплекса новых языковых инструментов, способных эффективно выполнять прагматическую задачу в условиях меняющейся коммуникативной реальности.

В этом плане крайне актуальным представляется обращение к изучению именно малоформатных текстовых образований. С одной стороны, они обладают всеми признаками текстуальности и представляют собой полноценные законченные, связные, ситуативно обусловленные коммуникативные фрагменты [22]. С другой стороны, в силу своего обозримого объёма, малоформатные тексты позволяют максимально наглядно проследить механизмы взаимодействия элементов на всех уровнях текстовой структуры, и в конечном счёте выявить динамические процессы, обеспечивающие целостность и устойчивость прагма-семантической системы текста в условиях меняющейся коммуникативной среды.

Объекты и методы исследования

Настоящее исследование ставит своей целью изучение и описание системных свойств современных англоязычных малоформатных текстов с точки зрения динамики и трансформации формально-содержательных параметров текстовой организации. Объектом изучения служат аннотации к произведениям художественной литературы, представленные в рекламных интернет-каталогах ведущих международных издательств за 2018-2020 гг. Общий объём выборки составил около 500 текстов, размер которых варьируется в пределах 500-1500 знаков.

Аннотация определяется как «краткая характеристика произведения печати (или неопубликованного документа) с точки зрения его содержания, оформления, направленности, происхождения и т.д. Целевое назначение аннотации – проинформировать читателей о существовании работы определённого содержания и характера» [9, с. 936].

Выбор объекта исследования обусловлен тем обстоятельством, что аннотации художественных произведений, с одной стороны, представляют собой вторичный текст, созданный на основе первоисточника и зеркально отражающий смысловую структуру исходного текста [3]. С другой стороны, в процессе сжатия смысла и перехода в другую жанровую категорию, а именно – в разряд рекламных текстов, данные вторичные образования претерпевают существенные системные трансформации на всех уровнях текстовой организации. Помимо этого, необходимость адаптации традиционной аннотации к новым экстралингвистическим условиям, таким как функционирование в новой семиотической среде (Интернет вместо традиционного бумажного каталога или обложки книги), повсеместное снижение интереса аудитории к чтению художественной литературы, изменение когнитивно-познавательных установок современного поколения потенциальных потребителей книжной продукции (digital natives, поколение Z) [1; 8; 13; 19], – приводит к масштабному сдвигу в системе устоявшихся дискурсивных маркеров текста книжной аннотации.

Эффективным инструментом для анализа и описания системных разноуровневых изменений текстовой структуры является, на наш взгляд, методология функциональной лингвосинергетики. Её основные теоретические положения были разработаны в трудах Т.И. Домброван,

Н.В. Мамоновой, Г.Г. Москальчук, Н.С. Олизько, В.А. Пищальниковой, Е.В. Пономаренко, А.В. Радюк, А.А. Харьковской, Д.С. Храменко и др. [5; 6; 7; 10; 11; 14; 15; 16; 20; 21]

В рамках данного подхода дискурс трактуется как открытая нелинейная неравновесная система, постоянно взаимодействующая с внешней средой (сознанием коммуникантов и коммуникативной ситуацией) на пути к функциональному аттрактору, то есть к реализации коммуникативной цели. В процессе развёртывания дискурса под воздействием меняющейся внешней среды (реакции партнёра, включения новых аргументов, разъяснений, возражений и т.п.) в системе возникают хаотические колебания, которые представляют собой элементы (речевые единицы) или процессы (комбинирование смысловых компонентов), не отвечающие исходным условиям смысловой системы дискурса [7]. Подобные флуктуации, с одной стороны, носят дезорганизующий характер по отношению к начальным тенденциям системы, с другой – являются катализатором, который мобилизует её саморегулятивные функциональные (прагма-семантические) свойства. Благодаря согласованному, когерентному поведению элементов дискурса в ответ на хаотизацию происходит перестройка и упорядочение системы – из внешней среды поступают новые смысловые компоненты, которые помогают удержать траекторию движения дискурса к заданной коммуникативной цели. В конечном счёте система переходит к новому состоянию прагма-семантической упорядоченности.

Важнейшим синергическим свойством дискурса является функциональная нелинейность – способность речевых единиц сочетаться таким образом, что срабатывает формула «два плюс два равно пяти», то есть общее прагма-семантическое пространство дискурса формируется не как простая сумма значений единиц текста, а как новые смыслы, превосходящие эту сумму [7; 11; 17 и др.]. Эту способность речи отмечал в своё время академик Л.В. Щерба и другие классики языкознания, хотя синергетика в то время ещё не разрабатывалась.

Рассмотрение с данных позиций дискурсивных свойств малоформатных текстов аннотаций позволяет выявить закономерности поведения сложных дискурсивных систем такого типа и определить динамику их смысловой самоорганизации. Синергетика характеризуется как динамико-системное направление научных исследований именно потому, что изучает взаимодействие стабильных, системных свойств объекта в сочетании с подвижными, динамическими свойствами.

Результаты и их обсуждение

В рамках лингвосинергетической концепции анализ динамических свойств дискурсивной системы следует начинать с её равновесного (то есть исходного, типового) состояния, ибо динамика функционирования дискурса раскрывается как движение его смысловой системы на фоне инвариантных проявлений организации текста.

Так, инвариантная модель рекламной аннотации может быть представлена следующим образом:

- 1) заголовок, в 100 % текстов представленный собственно названием рекламируемой книги;
- 2) фамилия(и) автора(ов) произведения;
- 3) основной текст, включающий в среднем 2-3 абзаца, построенных по классическому принципу «перевернутой пирамиды», где так называемый лид вводит общую информацию о месте действия, персонажах и ключевой коллизии, а последующие абзацы сообщают дополнительные подробности сюжета; при этом в целом выдерживается нейтрально-книжный стиль с элементами оценки;
- 4) цитатный блок, в котором приводятся эмоционально насыщенные позитивные отзывы о книге, принадлежащие авторитетным печатным изданиям либо известным деятелям литературы, культуры и т.п.;
- 5) информация об авторе (сопровождающаяся фотографией) – данный текстовый блок предлагает информацию, касающуюся литературного творчества автора, описывает основные этапы становления его/её творческого пути, перечисляет официальные литературные награды, а также

приводит ключевые биографические сведения, существенные для понимания истоков творчества писателя и содержания рекламируемой книги;

6) иллюстрация (фотография обложки книги);

7) информационный блок, включающий сведения о сроках выхода книги из печати, её стоимости, полиграфическом исполнении и т.п. [12].

Структурные блоки располагаются в указанной последовательности (за исключением иллюстративного компонента, который нелинеен по отношению к тексту и не имеет фиксированного положения), отражая тем самым относительную значимость указанных элементов для выстраивания прагматического вектора развёртывания информации и поступательного движения всей системы к коммуникативному аттрактору – внушению потребителю мысли о необходимости приобретения той или иной книги.

Как показал анализ эмпирического материала, данные системные признаки являются типовыми для рассмотренных аннотаций. Однако на всех уровнях организации текста аннотации выявляются также асистемные свойства. Так, ряд текстов (приблизительно 15 %) имеют структурные флуктуации, которые проявляются в частности в наличии такого дополнительного структурного элемента, как слоган:

Sophisticated and hilarious must-read [Legend Press, 2019, p. 7].

Blogging brides. Clean eating. Dirty tricks [Legend Press, 2019, p. 27].

Shifting patterns of fate and the universality of souls [Legend Press, 2018, p. 20].

Слоган является чужеродным, хаотизирующим элементом для прагма-семантической системы текста книжной аннотации. Традиционно слоганы сопровождают рекламу товаров широкого потребления, где им отводится роль инструмента оказания эмоционального воздействия [2; 4]. В корпусе рассмотренных аннотаций слоганы фактически дублируют функцию цитатного блока. С другой стороны, наличие слогана разрушает традиционно создаваемую аннотацией иллюзию самостоятельности выводов, сделанных реципиентом о художественном произведении на основе всесторонней информации о сюжете книги, её авторе/ах, с учётом экспертного мнения, оформленного в виде цитаты.

Кроме того, в ряде аннотаций первый абзац основного текста – лид – также принимает на себя функцию слогана; он графически выделен другим шрифтом, полностью лишён фактической информации о содержании книги, но, напротив, содержит субъективно-оценочное суждение о произведении, например:

A brilliant example of black modernism and one of the earliest queer fictions in African American writing [Penguin Press, 2020, p. 49].

Ещё одним хаотизирующим свойством аннотаций на уровне структуры является нарушение традиционной последовательности структурных блоков за счёт вынесения цитатных включений в наиболее сильную позицию текста – в его начало. Усиление смысловой нагрузки данного элемента также осуществляется посредством шрифтового варьирования – цитата выделена значительно более крупным шрифтом относительно основного текста аннотации; соотношение выглядит примерно следующим образом:

“A page-turning, jaw-dropping thriller of action and surprise. A riveting debut.”

An LA screenwriter is killed shortly after completing his latest script, Fall OUT – a thriller destined to be a blockbuster but written with a secret double purpose... [Urbane Publications, 2020, p. 12]

Создаётся впечатление, что основной текст аннотации, содержащий информацию о сюжете произведения, набран настолько мелко, чтобы читатель подсознательно ограничивался знакомством с цитатами, зачастую не переходя к чтению основной части аннотации. Таким образом, можно говорить о тенденции к смещению прагматических акцентов от собственно содержания произведения в сторону его оценки за счёт манипулирования последовательностью традиционных структурных элементов внутри текста в сочетании с использованием параграфемных средств.

Также не очень характерным для рассмотренных аннотаций признаком оказалось наличие структурных элементов с подзаголовками *“Key Selling points”* и *“Target Market”* (8 % аннотаций

содержат данный раздел). В данном случае открытая экспансия маркетинговой терминологии представляет собой девиацию с точки зрения конвенциональных норм выстраивания внутреннего пространства аннотации. При этом необходимо отметить, что спектр «продающих» преимуществ книги довольно разнообразен; как правило, они дублируют сведения, присутствующие в тексте аннотации, и варьируются от указания на наличие у автора литературных наград/номинаций (*Author shortlisted for Amazon Rising Star Award*) до упоминания коммерческого успеха книги (*Strong commercial female fiction*), актуальности содержания в условиях текущей социокультурной обстановки (*Highly topical novel, inspired by the rise of racism and nationalism*), описания предполагаемой аудитории книги, её жанровой принадлежности (*Intelligent thriller for fans of scandi and tartan noir*), интересного сюжета (*...a dark and original novel about search for meaning and identity*) и даже красивой обложки (*Unique and modern cover design perfect for gifts and collections*).

Помимо нетипичных элементов в структуре аннотации, асистемные характеристики проявляются также на уровне смыслового наполнения данных малоформатных текстов. В частности в инвариантной модели обязательный раздел аннотации под названием “About the Author”, как уже отмечалось, описывает главным образом веки литературной биографии писателя с незначительными отсылками к личной жизни. В качестве примера можно привести следующий типичный биографический блок:

Daisy Johnson was born in 1990. Her debut short-story collection, Fen, was published in 2016. In 2018 she became the youngest author ever to be shortlisted for the Man Booker Prize with her debut novel Everything Under. She is the winner of the Harper's Bazaar Short Story Prize, the A.M. Heath Prize and the Edge Hill Short Story Prize. She currently lives in Oxford by the river [Vintage, 2020, p. 18].

То есть традиционно достойный автор литературного произведения представляется как человек, прошедший поступательный путь развития творческого потенциала, заслуживший своё место в профессии, авторитет которого засвидетельствован рядом профессиональных наград. Однако при анализе эмпирического материала было установлено, что 12 % аннотаций в справке об авторе подчёркивают не столько аспекты творческой биографии, сколько наличие непосредственного личного опыта в самых разнообразных социальных и профессиональных сферах (*a lawyer experienced in child protection, criminal law and refugee law; the book is inspired by her childhood growing up in a sweet shop in Torquay; she is a librarian at University of Brighton; Stephen now works as a teacher at Nottingham, having also lived and worked in Lithuania and Mallorca; Dan Mooney is a writer, air traffic controller and amateur filmmaker*). Кроме того, всё шире используется упоминание аспектов повседневной, обыденной жизни автора, таких как место проживания (*Originally from Manchester, she lives in Sydney, Australia; Marcus Low is a Cape Town based writer*), семейное положение (*Maria lives with her husband and two children*), наличие питомцев (*She lives with her dog, Bollo; ...lives in Mid Devon with ... too many cats*), хобби (*When she is not writing, she is reading; Holly hosts a parenting podcast; Jea has played saxophone in “Hoodwink”, an all-female indie rock-band, and travelled extensively*) и т.п. Например:

Mark has worked extensively in the justice system, before deciding to write. Originally from Italy, Mark grew up in a rural Australian town. Now he lives in Melbourne and his second novel The Rip is out in 2020 [Legend Press, 2019, p. 5].

Таким образом, можно заключить, что в текстах аннотаций присутствует тенденция к дерегламентации дискурса на уровне читательских ожиданий за счёт сокращения дистанции между автором и читателем; автор литературного произведения представляется в первую очередь как обычный человек, повествующий о личных переживаниях, описывающий такие события, с которыми он знаком не понаслышке. Ценность приобретают личные качества и непосредственный социальный опыт в противовес профессиональным заслугам и признанию профессионального сообщества.

С данным наблюдением также согласуется наметившаяся тенденция приводить в качестве цитаты не только мнения литераторов (например, *Daniel Lewis, international bestselling author [Urbane Publications, 2020, p. 12]*) или специализированных печатных изданий (*Observer, Fiction to Watch Out For in 2020 [Vintage, 2020, p. 18]*), но также людей, профессионально не связанных с литера-

турой (например: *The Reverend Jonathan Aitken, Prison Chaplain* [Urbane Publications, 2020, p. 14]; *Annie West, award-winning illustrator* [Legend Press, 2018, p. 22]).

Наконец, следует также отметить, что аннотации представляют крайне интересный случай функционального синергизма дискурса – упоминавшейся выше нелинейности прагма-семантического пространства ($2+2=5$). Эксплуатируя данную способность речи, авторы аннотаций составляют тексты с высокой плотностью смысловых компонентов, которые не только совокупно создают нужное впечатление, но и взаимоусиливают прагматический потенциал друг друга при концентрации текстовых единиц общего семантического поля. Например:

MARK GRENSIDE began his working career at Lloyds of London, specializing in Kidnap, Ransom and Extortion Insurance. At 25 it was time for a career change and he started his media career working for Jim Henson and The MuppetsTM. He went on to create and produce a number of television series and mini-series. At the same time he started a music management company launching a million seller artist Neneh Cherry. He is a co-founder of seed to shelf CBD producer Dragonfly Bioscience and a founder in two separate digital companies. He lives with his wife, a pug and a French Bulldog in Malta [Urbane Publications, 2020, p. 12].

Очевидно, что в приведённом тексте функциональный аттрактор, к которому направлены все траектории смыслового развития дискурса, – представление автора книги как человека успешного, опытного, разностороннего, которому есть чем поделиться с читателем. Это впечатление формируется путём взаимодействия таких средств, как:

- перечисление сфер деятельности, показывающее широту профессиональных интересов (insurance, media career, television (mini-)series, music management, digital companies),
- ссылка на авторитетные и популярные проекты (Lloyds of London, The MuppetsTM, Dragonfly Bioscience),
- сообщение об успешности его деятельности в этих проектах (launching a million seller artist, seed to shelf CBD producer),
- упоминание о месте проживания, придающем особый флёр образу автора (Мальта считается одним из самых живописных, исторически и культурно значимых мест в Европе).

Сочетание всех этих смысловых компонентов не просто сообщает ряд данных, но, несомненно, формирует в сознании читателя привлекательную фигуру деятельного человека, культурно «подкованного» и знающего толк в бизнесе. Отсюда вывод (невербализованный, но явно напрашивающийся): его книга может быть привлекательна и полезна для людей разных профессий, интересов и поколений, её нужно купить.

Заключение

Таким образом, анализ функциональных свойств малоформатных текстов рекламных аннотаций к произведениям англоязычной художественной литературы показал, что как системные, так и асистемные элементы присутствуют на всех уровнях структурно-функциональной организации аннотаций. С одной стороны, асистемные компоненты вызывают хаотические колебания и ведут к некоторой дерегламентации смыслового пространства дискурса – нарушению читательских ожиданий, что в свою очередь вызывает всплеск читательского интереса и катализирует эволюционное развитие дискурсивного пространства в направлении оптимального аттрактора. С другой стороны, совокупность выявленных колебаний, в частности системного внедрения интердискурсивных элементов на уровне лексического, структурного и содержательного наполнения аннотации, позволяет сделать вывод о движении прагма-семантического плана данной дискурсивной системы в сторону рекламного дискурса. В частности введение в структуру текста аннотации слогана и слоганоподобных элементов, смещение смысловых акцентов с информативных блоков на эмотивные (в том числе за счёт внутритекстовых структурных перестановок в сочетании с использованием параграфемии), внедрение рекламной терминологии, насыщение аксиологическими смыслами личного мнения в противовес профессиональному – данные функционально-стилистические колебания свидетельствуют о перестройке конвенциональных

системных свойств книжных аннотаций и трансформации концептуальной схемы эффективного развития смыслового пространства данного типа дискурса.

Его существенным свойством является также прагма-семантический синергизм, при котором общее смысловое пространство дискурса не сводится к механическому сложению значений единиц текста, а порождает новые смыслы, выходящие за рамки этой механической суммы значений. Данное свойство дискурса особенно значимо для малоформатных текстов, в которых необходимо компактно инкорпорировать немалое содержание, что представляет обширное поле для дальнейших исследований.

© Черкунова М.В., Пономаренко Е.В., 2021

Список использованных источников

1. Legend Press, 2018. – Legend Press Catalogue 2018. – URL: https://issuu.com/tomchalmers/docs/legend_press_catalogue_2018 (Accessed 12 April 2021).
2. Legend Press, 2019 – Legend Press Catalogue, 2019. – URL: https://issuu.com/tomchalmers/docs/legend_press_catalogue_lbf_for_email (Accessed 12 April 2021).
3. Penguin Press, 2020 – Penguin Press Spring/Summer 2020. – URL: <https://www.penguin.co.uk/content/dam/prh/company-pages/catalogues/penguin-press/PenguinPressCatalogueSS20.pdf> (Accessed 12 April 2021).
4. Urbane Publications, 2020 – Urbane Publications 2020 Catalogue. – URL: https://issuu.com/urbanepublicationslimited/docs/urbane_cat_2020 (Accessed 12 April 2021).
5. Vintage, 2020 – Vintage books catalogue July-December 2020. – URL: <https://www.penguin.co.uk/company/contact-us---offices/catalogues.html> (Accessed 12 April 2021).

Список литературы

1. Конькова Т.Ю. Формирование у школьников интереса к чтению классической художественной литературы как научно-педагогическая проблема / Т.Ю. Конькова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2017. № 1 (75). С. 152-158.
2. Кораблева Е.А. Экспрессивные синтаксические средства в англоязычных рекламных текстах для аудитории разных возрастных групп / Е.А. Кораблева, О.И. Алешина // Дискурс профессиональной коммуникации. 2019. № 1(2). С. 37-49. DOI: <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2019-1-2-37-49>
3. Кушнина Л.В. Текст научной аннотации в эпистемическом освещении / Л.В. Кушнина, С.К. Филипсон // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2020. № 2. С. 8-19.
4. Леденева С.Н. О дискурсивных свойствах рекламных текстов / С.Н. Леденева // Филологические науки в МГИМО. 2017. № 4 (12). С. 36-42. URL: <https://philnauki.mgimo.ru/jour/article/view/6> (дата доступа 15.03.2021).
5. Мамонова Н.В. Лингвосинергетические особенности траекторий смыслового развития дискурса / Н.В. Мамонова // Когнитивные исследования языка. 2016. № 25. С. 841-846.
6. Москальчук Г.Г. Структурная организация и самоорганизация текста / Г.Г. Москальчук. Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та, 1998. 240 с.
7. Пономаренко Е.В. О функциональной самоорганизации речевых средств в английском деловом дискурсе / Е.В. Пономаренко // Вестник Самарского государственного университета. Гуманитарная серия. 2013. № 5 (106). С. 80-84. URL: <https://journals.ssau.ru/hpp/article/view/3382/3283> (дата доступа 11.04.2021)
8. Трубникова Н.В. Поведение потребителей в интернет-среде: поколение Z и его приоритеты / Н.В. Трубникова, А.В. Порудчикова // Коммуникология. 2018. № 3 (6). С. 93-103.
9. Тумина Л.Е. Аннотация / Л.Е. Тумина // Эффективная коммуникация: история, теория, практика: Словарь-справочник / Отв. ред. М.И. Панов. М.: Олимп, 2005. С. 936.
10. Харьковская А.А. Функциональная парадигма малоформатных англоязычных текстов / А.А. Харьковская // Материалы Международной лингвистической конференции «Язык – Текст – Дискурс: традиции и инновации, 21-23 сентября 2009 года». Ч. 2. Самара: Самарский университет, 2009. С. 14-19.
11. Храмченко Д.С. Синергизм персуазивной прагматики в английском дискурсе масс-медиа / Д.С. Храмченко, А.В. Радюк // Филологические науки в МГИМО. 2018. № 4(16). С. 38-44.
12. Черкунова М.В. Аннотация как вид малоформатного текста / М.В. Черкунова // Малоформатные тексты в различных типах англоязычного дискурса: сб. научн. ст. / Отв. ред. А.А. Харьковская, И.Б. Кравченко. Самара: Изд-во «Самара-ма», 2019. С. 149-159.
13. Buckingham D. Digital Generations: Children, Young People, and the New Media / D. Buckingham, R. Willett. Routledge, 2013. 352 с.
14. Dombrovan T.I. Linguistic synergetics: origin, key concepts and application / T.I. Dombrovan // Записки з романогерманської філології. 2016. № 2 (37). Р. 95-107.

15. Khranchenko D.S. Planning the functional field of business English discourse: linguosynergetic approach / D.S. Khranchenko // Вопросы прикладной лингвистики. 2015. no. 18. P. 151-163.
16. Khranchenko D.S. Functional-linguistic parameters of English professional discourse / D.S. Khranchenko // Professional Discourse & Communication. 2019. no. 1(1). P. 9-20. DOI: <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2019-1-1-9-20>
17. Malakhova V.L. Functional properties of possessive nominations and their impact on the pragmatic and semantic systemity of the English discourse / V.L. Malakhova // 4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Science and Arts SGEM 2017. Conference Proceedings, Book 3. Science and Society, Volume II. Psychology and Psychiatry. Language and Linguistics, 2017. P. 745-752. DOI: 10.5593/sgemsocial2017/32/S14.096
18. Malinowska A. Cultural materialism and popular processes of late modernity / A. Malinowska // A. Malinowska, K. Lebek (Eds.), Materiality and popular culture: The popular life of things. New York & London, Routledge, 2017. P. 13-24.
19. Micheli M. What is New in the Digital Divide? Understanding Internet Use by Teenagers from Different Social Backgrounds / M. Micheli // Communication and Information Technologies Annual. 2015. P. 55-87.
20. Olizko N.S. Semiotic and synergetic methods of text analysis / N.S. Olizko, N.V. Mamonova, M.A. Samkova // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. Proceedings of the X International Conference. Chelyabinsk State University. 2020. P. 1056-1063.
21. Ponomarenko E.V. The notion of functional synergism in linguistics / E.V. Ponomarenko // 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2018 Proceedings. Austria, Vienna. Book 1 (5). 2018. P. 501-508.
22. Vedeneva Y.V. Minitexts of poetic titles as markers of the English cognitive paradigm / Y.V. Vedeneva, A.A. Kharkovskaya, V.L. Malakhova // Training, Language and Culture. 2018. no. 2(2). P. 26-39. DOI: 10.29366/2018tlc.2.2.2

References

1. Kon'kova, T. Iu. Formirovanie u shkol'nikov interesa k chteniiu klassicheskoy khudozhestvennoy literatury kak nauchno-pedagogicheskaya problema [The formation of students' interest in reading classical literature as a scientific and pedagogical problem] / T. Iu. Konkova // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Bulletin of Moscow State University of Culture and Art]. 2017. no. 1(75). P. 152-158 (in Russian).
2. Korableva, E.A. Ekspressivnye sintaksicheskie sredstva v angloiazychnykh reklamnykh tekstakh dlia auditorii raznykh vozrastnykh grupp [Expressive syntactic means in English advertisements for the target groups of different ages] / E.A. Korableva, O.I. Aleshina // *Diskurs professional'noi kommunikatsii* [Professional Discourse & Communication]. 2019. no. 1(2). P. 37-49 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2019-1-2-37-49>
3. Kushnina, L.V. Tekst nauchnoi annotatsii v epistemicheskom osveshchenii [Research paper abstracts from epistemic perspective] / L.V. Kushnina, S.K. Filipson // *Vestnik PNPU. Problemy iazykoznanii i pedagogiki* [PNPU Linguistics and Pedagogy Bulletin]. 2020. no. 2. P. 8-19 (in Russian).
4. Ledeneva, S.N. O diskursivnykh svoistvakh reklamnykh tekstov [Discursive features of advertisements] / S.N. Ledeneva // *Filologicheskie nauki v MGIMO* [Philology at MGIMO]. 2017. no. 4 (12). P. 36-42, <https://philnauki.mgimo.ru/jour/article/view/6> (Accessed 15 March 2021) (in Russian).
5. Mamonova, N.V. Lingvosinergeticheskie osobennosti traektorii smyslovogo razvitiia diskursa [Linguosynergetic features of the trajectories of the semantic development of discourse] / N.V. Mamonova // *Kognitivnye issledovaniia iazyka* [Cognitive Language Research]. 2016. no. 25. P. 841-846 (in Russian).
6. Moskal'chuk, G.G. *Strukturnaia organizatsiia i samoorganizatsiia teksta* [Structural organization and self-organization of the text] / G.G. Moskal'chuk. Barnaul: Altai State University Publishing, 1998. 240 p. (in Russian).
7. Ponomarenko, E.V. O funktsional'noy samoorganizatsii rechevykh sredstv v angliiskom delovom diskurse [About functional self-organization of verbal means in English business discourse] / E.V. Ponomarenko // *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta, Gumanitarnaia seriia* [Samara State University Bulletin. Humanities series]. 2013. no. 5 (106). P. 80-84, <https://journals.ssau.ru/hpp/article/view/3382/3283> (Accessed 11 April 2021) (in Russian).
8. Trubnikova, N.V. Povedenie potrebiteli v internet-srede: pokolenie Z i ego priority [Consumer Behavior in Internet Environment: Generation Z and its priorities] / N.V. Trubnikova, A.V. Porudchikova // *Kommunikologiya* [Communicology]. 2018. no. 3 (6). P. 93-103 (in Russian).
9. Tumina, L.E. Annotatsiia [Abstract] / L.E. Tumina // *Effektivnaia kommunikatsiia: istoriia, teoriia, praktika: Slovar'-spravochnik* [Efficient communication: history, theory, practice: book of reference] / ed. by M.I. Panov. Moskva: Olimp, 2005. P. 936 (in Russian).
10. Khar'kovskaia, A.A. Funktsional'naia paradigma maloformatnykh angloiazychnykh tekstov [Functional paradigm of English miniformat texts] / A.A. Khar'kovskaia // *Materialy Mezhdunarodnoi lingvisticheskoi konferentsii «Iazyk – Tekst – Diskurs: traditsii i innovatsii, 21-23 sentyabrya 2009 goda»* [Language – Text – Discourse: traditions and innovations. International linguistic conference proceedings, 21-23 September 2009]. Part 2. Samara: Samarskii universitet, 2009. P. 14-19 (in Russian).
11. Khranchenko, D.S. Sinergizm persuzivnoi pragmatiki v angliiskom diskurse mass-media [Synergism of persuasive pragmatics in English mass media discourse] / D.S. Khranchenko, A.V. Radiuk // *Filologicheskie nauki v MGIMO* [Philology at MGIMO]. 2018. no. 4 (16). P. 38-44 (in Russian).
12. Cherkunova, M.V. Annotatsiya kak vid maloformatnogo teksta [Abstract as a miniformat text] / M.V. Cherkunova // *Maloformatnye teksty v razlichnykh tipakh angloiazychnogo diskursa. Sbornik nauchnykh statei* [Miniformat texts in different types of English discourse. Selected scientific papers] / Ed. by A.A. Khar'kovskaia, I.B. Kravchenko. Samara, 2019. P. 149-159 (in Russian).
13. Buckingham, D. *Digital Generations: Children, Young People, and the New Media Media* / D. Buckingham, R. Willett. Routledge, 2013. 352 p.

14. Dombrovan, T.I. Linguistic synergetics: origin, key concepts and application / T.I. Dombrovan // *Записки з романогерманської філології*. 2016. № 2 (37). P. 95-107.
15. Khranchenko, D.S. Planning the functional field of business English discourse: linguosynergetic approach / D.S. Khranchenko // *Вопросы прикладной лингвистики*. 2015. no. 18. P. 151-163.
16. Khranchenko, D.S. Functional-linguistic parameters of English professional discourse / D.S. Khranchenko // *Professional Discourse & Communication*. 2019. no. 1(1). P. 9-20. DOI: <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2019-1-1-9-20>
17. Malakhova, V.L. Functional properties of possessive nominations and their impact on the pragmatic and semantic systemity of the English discourse / V.L. Malakhova // *4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Science and Arts SGEM 2017. Conference Proceedings*, Book 3. Science and Society, Volume II. Psychology and Psychiatry. Language and Linguistics, 2017. P. 745-752. DOI: 10.5593/sgemsocial2017/32/S14.096
18. Malinowska, A. Cultural materialism and popular processes of late modernity / A. Malinowska // A. Malinowska, K. Lebek (Eds.), *Materiality and popular culture: The popular life of things*. New York & London, Routledge, 2017. P. 13-24.
19. Micheli, M. What is New in the Digital Divide? Understanding Internet Use by Teenagers from Different Social Backgrounds / M. Micheli // *Communication and Information Technologies Annual*. 2015. P. 55-87.
20. Olizko, N.S. Semiotic and synergetic methods of text analysis / N.S. Olizko, N.V. Mamonova, M.A. Samkova // *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. Proceedings of the X International Conference*. Chelyabinsk State University. 2020. P. 1056-1063.
21. Ponomarenko, E.V. The notion of functional synergism in linguistics / E.V. Ponomarenko // *5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2018 Proceedings*. Austria, Vienna. Book 1 (5). 2018. P. 501-508.
22. Vedeneva, Y.V. Minitexts of poetic titles as markers of the English cognitive paradigm / Y.V. Vedeneva, A.A. Kharkovskaya, V.L. Malakhova // *Training, Language and Culture*. 2018. no. 2(2). P. 26-39. DOI: 10.29366/2018tlc.2.2.2

Сведения об авторах:

Черкунова Марина Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английской филологии, Самарский национальный исследовательский университет им. С.П. Королева (Россия, Самара). Сфера научных и профессиональных интересов: когнитивная лингвистика, функциональная лингвистика, лингвопрагматика, лингвосинергетика, лингводидактика. E-mail: m.cherkunova@mail.ru

Пonomarenko Евгения Витальевна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры английского языка № 4 МГИМО МИД России (Россия, Москва). Сфера научных и профессиональных интересов: функциональная лингвистика, лингвопрагматика, деловой английский язык, системность языка и речи, лингвосинергетика, лингводидактика. E-mail: e.ponomarenko@inno.mgimo.ru

About the authors:

Marina V. Cherkunova – PhD, Associate Professor of English Philology Department, Samara National Research University (Russia, Samara). Spheres of research and professional interest: cognitive linguistics, functional linguistics, linguistic pragmatics, linguosynergetics, linguodidactics. E-mail: m.cherkunova@mail.ru

Evgeniya V. Ponomarenko – Doctor habil., Associate Professor, Professor of English Language Department No 4, MGIMO University (Russia, Moscow). Spheres of research and professional interest: functional linguistics, linguistic pragmatics, Business English, systemacy of language and speech, linguosynergetics, linguodidactics. E-mail: e.ponomarenko@inno.mgimo.ru

* * *