

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**федеральное государственное бюджетное**  
**образовательное учреждение высшего образования**  
**КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ**  
**УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. Астафьева**  
**(КГПУ им. В.П. Астафьева)**

Филологический факультет  
Кафедра современного русского языка и методики

**Шахура Кристина Николаевна**

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**


**Модель речевого общения в научно-популярных текстах о русском языке**

Направление подготовки: 44.04.01 Педагогическое образование  
Направленность (профиль) образовательной программы  
Русский язык и литература в поликультурной среде

**ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ**

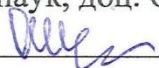
Зав. кафедрой

канд. филол. наук, доцент Бебриш Н.Н.

8 мая 2024 г. 

Руководитель магистерской программы

проф., докт. филол. наук, доц. Осетрова Е. В.

8 мая 2024 г. 

Научный руководитель


проф., докт. филол. наук, доц. Осетрова Е. В.

8 мая 2024 г. 

Дата защиты

10 июня 2024 г.

Обучающийся: Шахура К.Н.



Красноярск

2024

## РЕФЕРАТ

Данная выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация) содержит 83 страницы; лингвистический анализ проведён на материале научно-популярной издания – двухтомника «Сто текстов о языке», Книга первая из серии «Русский язык 18+», выпущенная фондом «Тотальный диктант» совместно с издательским домом «Городец» в 2021 г.

Теоретическую базу работы составили 73 источника (монографии, научные статьи, диссертации, учебные пособия), оформленные в виде библиографического списка.

Диссертация **состоит** из введения, двух глав, включающих разделы и выводы, заключения, списка библиографических источников и приложения.

**Объектом** исследования является ситуация коммуникации, а **предметом** – отражение речевой ситуации в научно-популярных текстах о русском языке.

**Целью** данной магистерской диссертации определено реконструирование модели речевого общения в научно-популярных текстах о русском языке.

**Новизна** исследования определена тем, что проблема отражения коммуникативной / речевой ситуации в тексте, основанная на методологии семантического анализа, насколько показал библиографический поиск, ранее не рассматривалась на материале научно-популярного текста. Проведенное исследование выявляет элементы речевой ситуации, нашедшие отражение в языковой картине мира лингвистов-популяризаторов, что позволяет реконструировать модель речевого общения в научно-популярных текстах о русском языке – с учетом языковой оценки и других субъективных (модусных) категорий, отражающих присутствие автора в его тексте.

**Методологическая основа** исследования включает универсальные способы научной работы: анализ и синтез научной литературы, сравнительно-сопоставительный метод, обобщение и систематизация

полученной информации, а также контекстуальный анализ с элементами семантического анализа.

### **Полученные результаты:**

1. Представлены концепции модели речевой ситуации в истории коммуникативной лингвистики. Показано, что начиная с античных времен, ситуация коммуникации являлась объектом аналитического или научного внимания.
2. Выявлено, что коммуникативная ситуация оказывается объектом лингвистического интереса в обстоятельствах реализации в разных сферах человеческого взаимодействия, в частности в городской среде, общественном транспорте, рекламе, образовательном процессе, политике, научном диалоге, интернете.
3. Определено, что категория оценочности выступает ярким средством выражения позиции автора в пространстве научно-популярной литературы о русском языке (так называемого «научпопа»). Установлено, что преимущественно оценка направлена на профессиональный предмет, связана с аспектом языковой нормы (*правильно – неправильно*) и зачастую окрашена положительно.
4. Анализ языкового воплощения коммуникативной ситуации в лингвистических научно-популярных текстах демонстрирует наличие трех моделей: «ситуации обучения», «ситуации коллегиального общения», «ситуации приятельского общения».
5. Обобщены результаты исследования и разработаны дидактические материалы, направленные на развитие читательской грамотности у школьников.

**Практическая значимость** проведенного исследования состоит в возможности использовать ее результаты, в частности созданный методический продукт, серию упражнений, направленных на развитие читательской грамотности в практике преподавания русского языка в школе.

**Апробация** диссертации подтверждена тем, что промежуточные

результаты научно-исследовательской работы автора диссертации были опубликованы в следующих сборниках Международных научно-практических конференций:

1. Шахура К.Н. Экспрессивно-оценочный план в научно-популярных текстах о русском языке // Динамические процессы в языке и языковой картине мира: сборник статей по материалам III Международной научно-практической конференции, 28 октября 2022 г., Красноярск/КГПУ им. В.П. Астафьева. Красноярск, 2022. С. 44-47
2. Шахура К.Н. Ситуация речи как объект отражения в языковой картине мира // Русский язык как средство межкультурной коммуникации: сборник статей по материалам международной научно-практической конференции, 30 октября 2023 г., Красноярск / КГПУ им. В.П. Астафьева. Красноярск, 2023.С. 115-117
3. Шахура К.Н. Автор и его самоидентификация в научно-популярных текстах о русском языке // Язык в координатах массмедиа: сборник статей по материалам VII Международной научной конференции, 28 июня - 1 июля 2023 г., СПб/СПбГУ. СПб, 2023. С. 278-282

Кроме того, материалы диссертации были обсуждены на 4-х конференциях международного уровня (см. разд. Введение).

### **ABSTRACT**

This final qualification work (master's thesis) contains 83 pages; linguistic analysis was carried out on the material of a popular science publication - the two-volume "One Hundred Texts on Language," the first book in the series "Russian Language 18 +," published by the Total Dictation Foundation together with the Gorodets publishing house in 2021.

The theoretical base of the work was 73 sources (monographs, scientific articles, dissertations, teaching aids), drawn up in the form of a bibliographic list.

The dissertation consists of an introduction, two chapters including sections and conclusions, a list of bibliographic sources and an appendix.

The object of research is the situation of communication, and the subject is the reflection of the speech situation in popular science texts about the Russian language.

The purpose of this master's thesis is to reconstruct the model of speech communication in popular science texts about the Russian language.

The novelty of the study is determined by the fact that the problem of reflecting the communicative/speech situation in the text, based on the methodology of semantic analysis, as far as the bibliographic search showed, has not previously been considered on the material of the popular science text. The study reveals elements of the speech situation that are reflected in the language picture of the world of popularizing linguists, which makes it possible to reconstruct the model of speech communication in popular science texts about the Russian language - taking into account the language assessment and other subjective (modus) categories that reflect the presence of the author in his text.

The methodological basis of research includes universal methods of scientific work: analysis and synthesis of scientific literature, a comparative method, generalization and systematization of the information received, as well as contextual analysis with elements of semantic analysis.

Results obtained:

1. Concepts of speech situation model in the history of communicative linguistics are presented. It has been shown that since ancient times, the situation of communication has been the object of analytical or scientific attention.
2. It was revealed that the communicative situation is an object of linguistic interest in the circumstances of implementation in various spheres of human interaction, in particular in the urban environment, public transport, advertising, educational process, politics, scientific dialogue, and the Internet.
3. It has been determined that the category of appraisal is a vivid means of expressing the author's position in the space of popular science literature about the

Russian language (the so-called "scientific pop"). It has been established that mainly the assessment is aimed at a professional subject, is related to the aspect of the language norm (correctly - incorrectly) and is often positively colored.

4. Analysis of the linguistic embodiment of the communicative situation in linguistic popular science texts demonstrates the presence of three models: "learning situation," "collegial communication situation," "friendly communication situation."

5. The results of the study are summarized and didactic materials are developed aimed at developing reading literacy among schoolchildren.

The practical significance of the study is the possibility of using its results, in particular, the created methodological product, a series of exercises aimed at developing reading literacy in the practice of teaching the Russian language at school.

The approbation of the dissertation is confirmed by the fact that the intermediate results of the research work of the author of the dissertation were published in the following collections of international scientific and practical conferences:

1. Shakhura K.N. Expression and evaluation plan in popular science texts about the Russian language//Dynamic processes in the language and language picture of the world: a collection of articles based on materials from the III International Scientific and Practical Conference, October 28, 2022, Krasnoyarsk/KSPU named after V.P. Astafiev. Krasnoyarsk, 2022. S. 44-47

2. Shakhura K.N. The situation of speech as an object of reflection in the language picture of the world//Russian language as a means of intercultural communication: a collection of articles based on materials from an international scientific and practical conference, October 30, 2023, Krasnoyarsk/KSPU named after V.P. Astafiev. Krasnoyarsk, 2023.S. 115-117

3. Shakhura K.N. Author and his self-identification in popular science texts about the Russian language//Language in mass media coordinates: a collection of articles based on materials from the VII International Scientific Conference, June 28 - July

1, 2023, St. Petersburg/St. Petersburg State University. St. Petersburg, 2023. P. 278-282

In addition, the dissertation materials were discussed at 4 international conferences (see Introduction).

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>Глава 1. Ситуация коммуникации как объект лингвистических исследований.....</b>	<b>9</b>
1.1. Модели речевого взаимодействия в теории коммуникации .....	9
1.2. Коммуникация в разных сферах с позиций научного знания .....	15
1.3. Ситуация речи как объект отражения в языковой картине мира .....	28
1.4. Элементы языкового общения как предмет лингвистического анализа .....	34
<b>Глава 2. Семантическая структура ситуации речи в представлении лингвистов-популяризаторов.....</b>	<b>39</b>
2.1. Модели ситуации речи: ролевой аспект.....	39
2.2. Содержание общения в пространстве научно-популярных текстов о русском языке.....	48
2.3. Оценочность как целеполагание авторского субъекта.....	57
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>61</b>
<b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....</b>	<b>64</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ А. Дидактические материалы по развитию читательской грамотности школьников.....</b>	<b>73</b>



## ВВЕДЕНИЕ

Человеческое общение представляет собой в высшей степени сложное и многогранное явление. На современном этапе большой вклад в понимание понятия «коммуникация» внесла коммуникативная лингвистика, занимающаяся изучением общих законов общения между людьми и средств языкового кода. Одним из устойчивых объектов интереса современной лингвистики, и в частности коммуникативной лингвистики, является речевое общение.

В свою очередь, научно-популярная литература за последние 5-10 лет становится востребованной среди широких масс читателей, привлекая формой подачи материала, умением говорить просто о сложных вещах и возбуждать интерес адресата к общеизвестным проблемам. Специфика научно-популярного текста обусловлена, прежде всего, тем, что основными установками научно-популярных изданий является их адресованность к широкой аудитории и популяризация научных знаний в обществе. Особенностью такого рода текстов становится, кроме того, ознакомление читателя-неспециалиста с научными данными посредством использования определенных приемов популярной подачи знаний.

Одной из обширных содержательных зон современного российского научно-популярного пространства являются научно-популярные подкасты, лекции, медиапрограммы, рубрики и, конечно, книги о языке и речи. В связи с этим **актуальность** предпринятого исследования, в фокусе которого находятся научно-популярные тексты о русском языке, не вызывает сомнений.

**Объектом** исследования является ситуация коммуникации, а **предметом** – отражение речевой ситуации в научно-популярных текстах о русском языке.

**Целью** данной магистерской диссертации определено реконструирование модели речевого общения в научно-популярных текстах о русском языке.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

1. Описать модели коммуникативной ситуации в лингвистической трактовке;
2. Рассмотреть коммуникацию и ее элементы в разных сферах с позиции научного знания;
3. Определить объекты филологического внимания в научно-популярных текстах о языке;
4. Выявить структуру коммуникативной ситуации и особенности ее языкового воплощения в лингвистических научно-популярных текстах;
5. Разработать дидактические материалы для развития читательской грамотности школьников.

Текстом, который стал **базой** анализа и одновременно его **материалом**, является научно-популярное издание – двухтомник «Сто текстов о языке», Книга первая, из серии «Русский язык 18+», выпущенная фондом «Тотальный диктант» совместно с издательским домом «Городец» в 2021 г. Эксперты Тотального диктанта, друзья акции и авторы научно-популярной редакции проекта рассказывают о прошлом русского языка, его настоящем и будущем, об актуальных процессах в современной русской графике, о вопросах цифрового этикета и деловой переписки, а также о взаимодействии языка и технологий, и о тех изменениях, которые произошли или только произойдут в языковой системе.

**Научным контекстом** магистерской диссертации стали современные лингвистические работы и труды известных исследователей XX и XXI

веков, работы которых посвящены проблемам коммуникативной лингвистики, теории коммуникации, прагмалингвистики (Н.Д. Арутюнова, Т.В. Вершинина, Д.П. Гавр, Дементьев В.В., И.А. Зимняя, Г.А. Золотова, М.В. Китайгородская, Д.Е. Краснянский, О.Э. Мандельштам, И.А. Сулова, Н.И. Сукаленко, Б.А. Успенский, А.Д. Шмелев, Т.В. Шмелева, Т. Эргашева, Р. Якобсон, Е.С. Яковлева и ряд др.).

**Методологическая основа** исследования включает универсальные способы научной работы: анализ и синтез научной литературы, сравнительно-сопоставительный метод, обобщение и систематизация полученной информации, а также контекстуальный анализ с элементами семантического анализа.

Данное исследование определяется развитием коммуникативной лингвистики и применением ее методологических положений в отношении нового материала – научно-популярных текстов. В этой связи **научная значимость** работы представляется очевидной.

В основу исследования положен вопрос отражения коммуникативной ситуации языкового общения в пространстве лингвистического научно-популярного текста.

**Новизна** исследования определена тем, что проблема отражения коммуникативной / речевой ситуации в тексте, основанная на методологии семантического анализа, насколько показал библиографический поиск, ранее не рассматривалась на материале научно-популярного текста. Проведенное исследование выявляет элементы речевой ситуации, нашедшие отражение в языковой картине мира лингвистов-популяризаторов, что позволяет реконструировать модель речевого общения в научно-популярных текстах о русском языке – с учетом языковой оценки и других субъективных (модусных) категорий, отражающих присутствие автора в его тексте.

**Практическая значимость** проведенной работы состоит в

возможности использовать ее результаты, в частности созданный методический продукт, серию упражнений, направленных на развитие читательской грамотности, в практике преподавания русского языка в школе.

**Структура** работы обусловлена сформулированными целью и задачами и включает введение, 2 главы, семь параграфов, заключение, библиографический список, приложение. Первая глава – «Ситуация коммуникации как объект лингвистических исследований» – представляет интересующую нас проблематику в контексте современного лингвистического знания, включая анализ трудов авторитетных ученых в области коммуникативной лингвистики и лингвопрагматики. Во второй исследовательской главе – «Семантическая структура ситуации речи в представлении лингвистов-популяризаторов» – отражены результаты лингвистического анализа ситуации речи в научно-популярных текстах о русском языке. Приложение демонстрирует методический потенциал работы: содержит серию упражнений по развитию читательской грамотности школьников на материале научно-популярных лингвистических текстов. Работа изложена на 83 страницах. Список литературных источников содержит 75 наименований и оформлен соответственно ГОСТ Р 7.0.11-2011.

Материалы диссертации были обсуждены на нескольких конференциях:

1. III Международной научно-практической конференции «Динамические процессы в языке и языковой картине мира», Красноярск, КГПУ им. В.П. Астафьева, 28 октября 2022 г. – доклад «Экспрессивно-оценочный план в научно-популярных текстах о русском языке».
2. Научно-практической конференции с международным участием «Актуальные проблемы современной филологии» в рамках XXIV

Международного научно-практического форума студентов, аспирантов и молодых ученых «Молодежь и наука XXI века», Красноярск, КГПУ им. В.П. Астафьева, 19 апреля 2023 г. – доклад «Ситуация речи как объект отражения в языковой картине мира».

3. III Международной студенческой научно-практической конференция «Китайский язык и культура в современном мире», Красноярск, КГПУ им. В.П. Астафьева (научно – образовательный центр китайского языка и культуры «Институт Конфуция»), 15 декабря 2023 г. – доклад «Методический потенциал научно-популярных лингвистических текстов в аспекте преподавания русского языка школьникам».
4. XVI Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер) культура в коммуникативном пространстве человека», Красноярск, СФУ ИФиЯК, 11–12 апреля 2024 г. – доклад «Автор и адресат: участники коммуникации в научно-популярных текстах о русском языке».

Кроме того, промежуточные результаты научно-исследовательской работы автора диссертации были опубликованы в следующих сборниках международных конференций:

1. Шахура К.Н. Экспрессивно-оценочный план в научно-популярных текстах о русском языке // Динамические процессы в языке и языковой картине мира: сборник статей по материалам III Международной научно-практической конференции, 28 октября 2022 г., Красноярск/ КГПУ им. В.П. Астафьева. Красноярск, 2022. С. 44-47
2. Шахура К.Н. Ситуация речи как объект отражения в языковой картине мира //Русский язык как средство межкультурной коммуникации: сборник статей по материалам международной научно-практической конференции, 30 октября 2023 г., Красноярск / КГПУ им. В.П. Астафьева. Красноярск, 2023.С. 115-117

3. Шахура К.Н. Автор и его самоидентификация в научно-популярных текстах о русском языке // Язык в координатах массмедиа: сборник статей по материалам VII Международной научной конференции, 28 июня - 1 июля 2023 г., СПб/ СПбГУ. СПб, 2023. С. 278-282.

## **Глава 1. Ситуация коммуникации как объект лингвистических исследований**

### **1.1. Модели речевого взаимодействия в теории коммуникации**

Коммуникативный процесс – это процесс передачи информации от одного человека к другому или между группами людей по разным каналам и при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных, и др.). Наличие большого числа разнообразных моделей коммуникации в научной литературе обусловлено протеканием коммуникативного процесса в разных формах в зависимости от числа участников, целей участвующих сторон, используемых каналов, средств, стратегий и пр.

Под моделью в коммуникативистике принято понимать «схематизированное, упрощенное отражение реального коммуникативного процесса, необходимое как инструмент, ориентированный на управление моделируемым процессом» [Краснянский, 2009, с. 58].

«Построение моделей подчинено задаче наиболее точного отображения его свойств. Несмотря на то, что с ее помощью воспроизводятся компоненты и характеристики коммуникативной системы и/или процесса, модель не является абсолютным отражением реальности. Конструирование и изучение моделей реальных явлений осуществляется на предметной, знаковой, структурной, поведенческой основе» [Шарков, 2010, с. 117]. Под моделями предметного типа принято понимать отражение определенных черт объекта. Знаковые модели построены на основе естественного или искусственного языка и характеризуются преобразованием знаковых конструкций. В таком случае моделированию подвергается либо структура объекта, либо его поведение. Кроме того модели коммуникации конструируются по

различным признакам (социологические, психологические, семиотические), функциям, содержанию, форме, целям и задачам.

Многообразие подходов к рассмотрению структуры коммуникации в целом и коммуникативной ситуации в приводит к возникновению различных и во многом отличающихся одна от другой моделей. За время своего существования наука обогатилась большим количеством вариантов, отражающих специфику различных коммуникативных ситуаций. Значительная часть таких моделей была разработана в XX веке, а первая из известных предложена еще Аристотелем в 4 в. до н.э. В своем труде «Риторика» древнегреческий философ в границах теории о сложении речи говорил о трех ее элементах: самом ораторе, предмете, о котором он говорит, и лице, к которому оратор обращается. В силу того, что во времена Аристотеля речь ораторов предназначалась не только для произнесения, но и для чтения, важно указать на универсальность данной модели, отражающей ситуацию речи как в устной, так и в письменной формах с выделением трех основных элементов коммуникации: оратор – речь – слушатель. Перечисленные Аристотелем компоненты формируют базу для создания различных моделей речевых и шире – коммуникативных ситуаций.

В 1948 г. американский ученый Г. Лассуэлл предложил линейную модель коммуникации, вследствие чего ее классическая структура расширилась за счет двух элементов – канала передачи информации и эффективности (результативности) коммуникации [Тухватулина, 2006, с. 50]. Эта модель в равной степени применима по отношению к массовой коммуникации и к любому другому ее типу, раскрывая содержание и структуру конкретного объекта по мере ответа на последовательно формулируемые вопросы: *кто?, сообщает что?, по какому каналу?, кому?, с каким эффектом?* – осуществляет взаимодействие.

В 1968 г. линейная модель коммуникации претерпела изменения. Г. Лассуэлл предложил изучать коммуникативный процесс с учетом более



развернутого списка вопросов: *Кто? С каким намерением? В какой ситуации? С какими ресурсами? Используя какую стратегию? Оказывает влияние на какую аудиторию? С каким результатом?* Знаковым оказывается вопрос *с каким намерением?*, так как целеполагание является определяющим фактором в использовании и учете остальных компонентов коммуникации. Не менее важным является и выбор стратегии, как определение наиболее оптимального пути достижения результативной коммуникации.

Несмотря на многоплановость изложенного подхода, модель Лассуэла имеет недостатки, связанные с отсутствием фиксирования момента обратной связи (монологичностью), а также с не учетом контекста, в котором происходит взаимодействие.

Позднее К. Шенноном и У. Уивером была предложена *линейная модель*, включающая в качестве элементов источник информации, передатчик, сигнал, канал, приемник, цель сообщения, источник помех. Нововведением К. Шеннона стало включение в систему коммуникации понятия *шума*, который искажает сообщение, нарушает принятие сигнала реципиентом.

Социально-психологического подхода в определении модели коммуникации придерживался Т. Ньюкомб, обозначив ключевые вопросы: «что побуждает субъектов к вступлению в коммуникацию; каким образом влияют на коммуникацию отношения между субъектами; каковыми могут быть все возможные психологические эффекты коммуникации между двумя субъектами» [Гавр, 2011, с. 123]. При этом предполагалось, что субъекты должны испытывать потребность в ориентации и выработке аттитюдов (оценочных реакций) по отношению к внешнему объекту и друг к другу.

Вариант опосредованной коммуникации находит отражение в модели Вестли – Маклина, раскрывающей роль массмедиа в обеспечении потребности реципиента (аудитории) в информации. В данном случае автор (первичный источник информации) включает в коммуникативный процесс

еще один тип субъекта – медиа, который занимает промежуточное положение между массовым адресатом, получающим информацию, и автором. Назначение медиа-субъекта заключается в отборе, фильтрации информационного потока («мир объектов»), используемого в сфере публичной коммуникации («мир субъектов») [Гавр, 2011].

Разные специалисты в свое время предприняли множество попыток очертить круг элементов, входящих в структуру коммуникации. Так, например, Ю. Воронцовым, отечественным специалистом по семиотике, классическая коммуникационная модель была расширена до пятнадцати компонентов: источник коммуникации, коммуникатор, сообщение, коммуникационный канал, коммуникант, экстра-лингвистический параметр сообщения, источник механических помех, источник семантических помех, классовые и социальные фильтры, лично-индивидуальные фильтры, семантические поля, поля коммуникационной обстановки, потери информации, обратная связь «коммуникант – коммуникатор», обратная связь «коммуникант – источник информации». Некоторые специалисты напротив ограничивались лишь базовыми компонентами, составляющими процесс коммуникации: коммуникатор, реципиент и сообщение. Дж. Рили и М. Вайт, в свою очередь, рассматривали эти элементы в трехуровневой структуре – социальная группа, социальный институт, социум в целом [Шарков, 2010].

Кроме линейных моделей коммуникации в коммуникологии принято рассматривать *циркулярные модели*, в которых информационный поток исходит от автора и замыкается на него: автор, таким образом, одновременно выступает в роли источника и получателя информации. Знаковой фигурой в этом плане является немецкий коммуникативист Г. Малецке, первым предложивший циркулярную модель. Им были введены понятия «имидж коммуникатора» и «имидж получателя». В аспекте взаимосвязей Г. Малецке рассматривает влияние содержания сообщения на коммуникатора и медиума, а медиума – на получателя информации, где под медиумом имеются в виду и

каналы коммуникации и носители информации.

Известность получили и *объемные модели* коммуникации, в частности *мозаичная модель* Л. Бейкера, которая визуализируется как набор маленьких кубиков, «четыре грани которых соответствуют источнику, получателю, посланию и каналу коммуникации. Все кубики объемной системы соприкасаются четырьмя гранями» [Шарков, 2010, с. 125].

Функционального подхода в рассмотрении модели речевой коммуникации придерживается Р. Якобсон: 6 элементов (коммуникатор, реципиент, контекст, сообщение, контакт, код) находятся в различных видах связей и отношений с функциями языка (метаязыковой, непосредственно связанной с кодом, экспрессивной, когнитивной, или референтивной, конативной, фатической и поэтической).

Если выходить за рамки узкого понимания модели коммуникации, учитывающей в качестве главенствующей ее функции информативную (передача информации), значимым представляется, кроме того, признание функции *общения* в качестве базовых функций языка.

С учетом этого коммуникативная лингвистика выходит на новый уровень анализа, помимо информационно-кодовой модели, давая старт разработке [Shannon, Weaver, 1949], инференционной и интеракционной моделям коммуникации. Первая из них исходит из того, что и говорящий, и слушающий оснащены лингвистическими (де)кодирующими устройствами и мыслительными процессорами, хранящими и перерабатывающими «информацию», или «мысль».

По причине затрудненной возможности с помощью такой модели описывать реальные коммуникативные процессы, поскольку понимание предполагает сложную интерпретацию высказывания, Г. П. Грайсом была предложена интеракционная модель коммуникации. В ее основе лежит принцип выводимости знания: говорящим движет цель не передачи информации, а доведение своих интенций до других. Таким образом,

коммуникация включает этапы распознавания и интерпретации информации реципиентом, [Макаров, 2003], базируясь на принципе взаимодействия в социально-культурных условиях конкретной ситуации. Совместные координированные усилия обоих участников общения и организуют коммуникацию. В этой связи значимым оказывается «фатическое общение», понятие введенное Б. Малиновским, который определяет его как «такую разновидность речи, которая отражает заложенное в самой природе человека стремление к созданию «уз общности» между людьми и часто выглядит как простой обмен словами» [Malinowski, 1972], то есть общение может быть лишено большой информационной нагрузки, описываться как «бессодержательное», существуя лишь для поддержания самого процесса общения.

Таким образом, выше рассмотрены модели, описывающие процесс коммуникации. Каждая из них имеет свои сильные и слабые стороны. Относительно компонентов внешней структуры речевого акта и их числа исследователи этого феномена, в том числе лингвисты, не имеют единого мнения. Тем не менее, ключевые элементы коммуникации были описаны еще Аристотелем, выделившим в речи три составляющие: оратора, предмет дискуссии и лицо, к которому оратор обращается; в современной интерпретации – автора, информацию и адресата. Эти три ключевых компонента модели коммуникации присутствуют во всех современных концепциях.

В процессе развития теории коммуникации Г. Лассуэллом, К. Бюлером, К. Шенноном, Р. Якобсоном и другими учеными предпринимались попытки трансформировать, дополнить модель коммуникации различными элементами (помехи /шумы, код, медиум и др.).

Что касается современных лингвистических представлений, то модель коммуникации рассматривается здесь в более конкретных границах

коммуникативной ситуации, речевой ситуации или коммуникативного / речевого акта.

На основании существующих исследований в речевом акте обычно выделяются от трех до двенадцати компонентов, среди них:

- отправитель;
- получатель;
- исходный материал высказывания (в том числе, пресуппозиция говорящих);
- цель сообщения;
- контекст и ситуация общения.

Все сказанное подтверждает значимость осмысления феномена коммуникации – и ее воплощения в границах ситуации речи – в поле научного знания от античных времен до современного периода.

## **1.2. Коммуникация в разных сферах с позиций научного знания**

Обращение к достижениям научной мысли подтверждает интерес исследователей не только к коммуникации в целом, но и к ее реализации в самых различных сферах и ситуациях. Рассмотрим эту сферную детализацию более подробно, имея в виду пространства городской среды, образования и науки, рекламы и политики, а также интернет-коммуникации, привлекая для анализа по преимуществу лингвистические источники.

В конце 80-х годов XX века особое внимание языковедов привлекло изучение коммуникации в **городской среде** как сложного, многообразного явления. Для того чтобы составить его комплексное описание, необходимо не только рассмотреть социолекты и речевые жанры городской среды, но и обратиться к описанию «портрета» жителя города с целью выявления его характеристик. Кроме того, объектом изучения при рассмотрении городской среды становятся номинации объектов, городские топонимы, специфика

языка массмедийных объектов, плакатов, рекламы и т.п.

Для городской коммуникации характерно многообразие языковых подсистем, что объясняется обилием социальных групп, профессиональных ситуаций, которые задают определенные коммуникативные модели поведения.

По мнению Г.А. Китайгородской изучение городской коммуникации невозможно без учета ее экстралингвистических параметров и социальных особенностей. «Трансформации в стратификации общества, смена ментальных стереотипов, системы ценностей и моделей поведения – все данные процессы объективизируются в языковых формах и жанрах городской речи» [Китайгородская, 2003, с. 72].

В связи с тесной взаимосвязью языка и культуры значимым при изучении коммуникации города оказывается рассмотрение городской культуры, которая, по мнению Е. В. Красильниковой, представляет собой «целостный феномен, сложившийся исторически в результате сплетения множества подтипов культур, каждый из которых отличается теми или иными установками и коммуникативным поведением, определенным набором жанров речевого общения и способами комбинации подъязыков» [Красильникова, 1990, с. 5].

Городское просторечие в этой плоскости относится к форме неофициальной культуры, составляет неотъемлемую часть городской коммуникативной ситуации. Примечательным оказывается употребление просторечных единиц высокообразованными жителями города, как правило, это бытовая лексика, относящаяся к сферам «человек физический», «человек биологический», «элементарный быт», что мотивировано обращением к основам жизни, по умозаключениям Е. О. Опариной [Опарина, 2005]. Иным целеполаганием управляется употребление городскими жителями арго и жаргонов, основу которого среди прочего составляет стремление противостоять внешнему миру через язык.

История изучения городского просторечия отражает изменчивость его лингвистической природы в течение разных периодов. Языковая ситуация в Москве – явный тому пример: если с 20-х годов XX в. основу просторечий составляли диалекты, присущие в большей степени старшему поколению, то современное просторечие города сочетает разные тенденции и традиции словоупотребления, например, грубая просторечная лексика со словами из бюрократической речи («Я дал им указание мне взять папирос») [Опарина, 2005]. При этом в малых российских городах диалектная основа просторечий остается непоколебимой.

Специфика коммуникации города заключается и в номинации его бытовых объектов (урбанонимы), например, магазинов, памятников, парков, улиц и т.д. Случается, что горожане дают им собственные названия, позволяющие отличить приезжих от «своих»; так, жители Саратова называют магазин «Кишка», «Длинный», исходя из формы здания.

Опираясь на ключевые параметры описания ситуации коммуникации, по М.В. Китайгородской и Н.Н. Розановой, Е.О. Опарина выделяет следующие ее элементы относительно городской среды:

- место: улица, городские объекты разных типов;
- время: будни / праздники и рабочее время / свободное время;
- партнеры по коммуникации: коммуникативные роли, социальные роли;
- коммуникативные намерения партнеров;
- тема общения: соответствует каждой типовой ситуации-события.

Отличительной чертой коммуникации в городской среде является диалогизация общения, усиление личностного начала. Это в большей степени проявляется в установке на кооперативность общения городских властей и жителей города, продавцов и покупателей и т.п. Например, использование личных имен в названиях магазинов («Лидия», «Светлана») с употреблением предлога у (магазин «У Ольги»), обеспечивает создание кооперативных отношений адресанта с адресатом. С целью установления личностного

контакта используются и стилистически сниженные, просторечные, жаргонные элементы, например, кафе «Забегаловка», «На скорую руку». То есть письменные городские малые жанры характеризуются отходом от официально-стандартного стиля к разговорно-бытовому [Шмелева, 1998].

Объектом изучения могут стать особенности человеческого общения во многих значимых ситуациях. Исключением не является и коммуникация в **городском транспорте**. А.Н. Байкулова определяет коммуникацию в общественном транспорте как коммуникацию незнакомых людей, которая основана на существующих в обществе стереотипах в условиях минимальной близости коммуникантов или полного ее отсутствия [Байкулова, 2014]. Иными словами, городской транспорт – это место, в котором незнакомым людям приходится контактировать друг с другом при перемещении из точки «А» в точку «В».

Участниками такой коммуникативной ситуации являются «пассажиры» и «обслуживающий персонал» (кондуктор, контролер, водитель и уличный диспетчер). Речевой жанр общения выбирается в зависимости от статусного распределения ролей. Зачастую коммуниканты обмениваются речевыми формулами, клише, используемыми для взаимодействия в общественном транспорте, при этом часть языковых единиц составляют просторечия и жаргонизмы [Владимирова, 2016].

Микроситуациям контакта в городском транспорте свойственна типичность, повторяемость и предсказуемость: посадка – продвижение по салону и выбор места – оплата проезда – поездка – продвижение по салону к выходу – выход на остановке. Перечень таких обязательных действий может быть расширен за счет возникновения спонтанных ситуаций, например, разговор пассажира по телефону, конфликт между пассажирами. Коммуникация в общественном транспорте может быть как подготовленной и целенаправленной с целью получения необходимых результатов от адресата, так и спонтанной, случайной [Байкулова, 2015]. Речь кондуктора



зачастую носит типичный, подготовленный характер в отличие от речи пассажира.

Преобладающими темами общения в транспорте оказываются: погода, события мирового масштаба и городской жизни, работа городского транспорта, сплетни и др. [Китайгородская, Розанова, 2010].

Коммуникацию в общественном транспорте следует признать официальной, исходя из ее осуществления в соответствии с правилами социального ролевого поведения и этикетными нормами. Показательно при этом, что речь коммуникантов иногда носит неофициальный характер, что может быть объяснено не владением ими навыками официального общения [Владимирова, 2016].

Речевые жанры, характерные для коммуникации в общественном транспорте, разнообразны (информативные, этикетные, оценочные, императивные). Все они сосредоточены в рамках одной цели: регуляции межличностных отношений, которая невозможна без соблюдения этикетных норм. Пренебрежение ими способно приводить к коммуникативным неудачам.

Коммуникативный аспект является и неотъемлемой частью **образовательного процесса.**

Так, на территории замкнутого пространства школы между участниками образовательного процесса формируются различные коммуникативные связи и отношения.

Продолжительное время анализ структуры коммуникации в образовательной организации ограничивался взаимоотношениями «учитель – ученик». Речевое взаимодействие между учителем и учеником происходит регулярно в пределах освоения того или иного предмета, будь то на уроке или перемене. В зависимости от различных ситуаций общения эти участники могут выполнять различные коммуникативные роли. Например, ученик способен выступать в ролях слушателя, докладчика, а учитель – в ролях

информирующего, оценивающего субъекта или координатора учебных и воспитательных мероприятий. Примечательно то, что в зависимости от конкретной ситуации определенная речевая роль может исполняться то одним, то другим участником коммуникации. Например, когда ученик выступает с сообщением, то учитель выполняет роль «слушателя», а ученик – «рассказчика», а по окончании выступления докладчика учитель берет на себя функцию «спрашивающего», а ученик – «отвечающего».

Взаимодействие обозначенных участников общения во внеурочное время преимущественно вписывается в различные коммуникативные ситуации, зачастую это консультация, классный час или незапланированная кратковременная ситуация, например, спонтанно возникший разговор в коридоре (учитель: «Маша, почему ты бегаешь по школе?», ученик: «Простите, я опаздываю на математику»). Тематический характер таких коммуникаций определяется в зависимости от конкретной потребности учебной, воспитательной или организационной направленности [Гузова, 2021].

И хотя доминирующей формой взаимоотношений между основными субъектами коммуникаций – обучающимися и преподавателями – остаются коммуникации, целью которых является реализация единого целенаправленного процесса обучения и воспитания, получение совокупности знаний, умений, навыков, ценностных установок, реальное содержание коммуникации оказывается более многоплановым. Между ее участниками складываются разные формы взаимоотношений по причине возникающих конкретных ситуаций; ср., например, отсутствие обучающегося на занятии, введение карантина или отмену урока, общение не только на уроке, но и на выездном мероприятии и др.

Различны формы и среды коммуникации внутри групп участников образовательного процесса. Это касается, в частности, взаимоотношений преподавателя с коллегами: с кем-то учитель лишь поздоровается, хотя и не

знает его, а с кем-то в свободное время организует досуг. Сложность и многомерность форм взаимодействия индивидов на территории ограниченного и достаточно жестко регламентированного образовательного пространства порождает многомерную систему внутренних коммуникаций образовательного учреждения. В таком случае коммуникация приобретает сетевой характер: субъекты неизбежно объединяются в группы, вырабатывая общие ценности [Маннин, 2018].

Трансформация коммуникаций в сетевые, связанные с развитием новых медийных технологий взаимодействия, постепенно заставляет расширить модель «учащийся – учитель» до более общего уровня, обозначенного как «детско-взрослое сообщество в образовательном пространстве школы» [Маннин, 2018]. Современные технологии позволяют обучающимся конструировать свою среду так, как им удобно, и персонал образовательной организации должен на это реагировать, чтобы сохранить эффективность и результативность образовательной системы.

Выбор инструментов образовательной коммуникации основан на нескольких факторах: будь то ресурсная оснащенность пространства и его приспособленность для интеграции инноваций или же специфика образовательных коммуникации и внимание к тем или иным каналам. Основные формы каналов коммуникации в образовательном пространстве, существующие помимо образовательной коммуникаций, рассмотрены в статье Г.А. Павлова и Ю.Н. Абабкова «Маркетинговые коммуникации образовательного учреждения» [Абабкова, Павлова, 2010]:

- формальные (корпоративная почта, сайт школы, пространство школы, администрация);
- смешанные каналы (социальные сети, корпоративное радио, видеоканал или видеоблог, внутрикорпоративная пресса, публичные сообщения, встречи);
- неформальные каналы (ученические и педагогические сообщества).

Таким образом, в образовательном пространстве с большой долей нормативной и контролирующей функций социального института, формируется множественная сеть внутренних коммуникаций между участниками образовательного процесса. Одновременно с этим данная сфера не ограничена только образовательными целями: межличностная коммуникация не прекращается после звонка на урок. В среде внутренних коммуникаций доминируют те, которые сложились как традиционные [Маннин, 2018].

В эпоху информационного взрыва актуальным оказывается формирование **научного диалога**, обусловленного стремлением ученых обмениваться своими идеями и научными достижениями. Цель научной коммуникации заключается в обмене научной информацией, в четком изложении идей и воздействии на аудиторию [Медведева, 2014]. Таким образом, в структуре научной коммуникации ключевым компонентом оказывается содержательный, информативный компонент.

В том случае, когда научный обмен выходит за пределы одной культуры, поднимаясь на общемировой уровень, принято говорить о реализации научного диалога в рамках межкультурной коммуникации, являющейся благоприятной почвой не только для решения научных проблем, но и для развития, расширения и укрепления международных связей.

Развитие межкультурного научного диалога ведет к изменению национальных научных картин мира, которые, несмотря на универсальность, логическую и содержательную общность их построения, имеют особенности, связанные научной культурой своего народа. В связи с этим межкультурный научный диалог сталкивается с проблемой гармонизации «своего» и «чужого», а в конечном счете способствует изменению жизни и мировоззрения народов разных стран [Миньяр-Белоручева, 2019]. Успешность научной коммуникации общемирового уровня основана на взаимопонимании международной интеллектуальной элиты, основу которого

должна составлять цель, направленная на достижение общего блага всего человечества.

Что касается языковых форм, характерных для данной сферы коммуникации, то они обеспечивают логическую стройность и последовательность научного изложения. Научный дискурс находит вербализацию в лексических и грамматических средствах, охватывающих «содержательный, логический и композиционный аспекты речи» и выражающих «связь элементов содержания и логику изложения» [Котюрова, 1979, с. 25]. Примечательным оказывается неравномерность их распределения в разных композиционных частях научного произведения: в основной его части в среднем используется меньшее количество общенаучной лексики в сравнении с вводной и заключительной частями, в которых описываются методологические характеристики и излагаются основные выводы исследования [Федорова, 1986].

В пределах рассматриваемой тематики объектом научного внимания становится коммуникация и ее структура и в других сферах человеческого общения, в том числе в сфере **политики**, как важнейшего института, организующего жизнь общества. Коммуникация в этой сфере обеспечивает формирование общественного мнения о положении дел в государстве, его лидерах, политике в целом и т.д.

Структура политической коммуникации в большой степени соотносится с исследованиями состава ее активных участников (ср., например, «власть – народ»), а также механизмов и содержания средств массовой коммуникации [Барыгин, Орлов, 2003].

Политический дискурс может быть организован как немаркетинговыми, так и маркетинговыми способами. К первым зачастую относят пропаганду и агитацию, основополагающей характеристикой которых обозначается их независимость от информационных потребностей реципиента и других пространственных, временных параметров

политической сферы [Стибун, Стрельникова и др., 2006].

Центральным маркетинговым способом, по мнению Л.И. Рюмшиной [Рюмшина, 2004], оказывается создание имиджа политических объектов, под категорию которых попадают как отдельные личности, так и корпоративные структуры (партии и движения), а также государство в целом или межгосударственные организации. При этом под созданием имиджа принято понимать конструирование определенных качеств/свойств субъекта, позволяющих расположить к себе общественность и способствующих решению определенной политической задачи с ее участием, например, победить на выборах. Технологии формирования политического имиджа различны: начиная от освещения в медиа конкретного события или действия в жизни политика и заканчивая политической рекламной кампанией, в большинстве своем носящей агитационный характер в период выборной кампании. Согласно исследованиям А.И. Соловьева [Соловье, 2000] структура политической рекламы обычно состоит из следующих элементов: предмета политической рекламы, ее объекта, содержания, задач, цели, технических средств и механизмов осуществления, прямых и обратных связей, писем читателей, общественных опросов и т.д.

Немаловажную роль в создании благоприятного отношения к политическому субъекту тех слоев общественности, в которых он заинтересован, играет механизм политического PR, трактуемый в науке как «разновидность маркетинговой деятельности, направленной на издание положительного имиджа и соответствующих коммуникаций актора, реализующего конкретную цель, а также на поддержание устойчивой долговременной атмосферы, сохраняющей доверительное отношение партнеров и контрагентов к его активности в политической сфере» [Березкина, 1999, с. 67]. Эта система позволяет управлять социальной информацией, включает весь процесс изготовления и продвижения информации.

Специфичной оказывается коммуникация в **рекламе**. Восприятие ее как транслятора идей, ценностей осложняет содержание коммуникации, подчеркивает его многоаспектность, трансформирует коммуникационный процесс: информация транслируется на большую аудиторию с целью воздействия на нее.

Социальная реклама в этом отношении особенно показательна. Это важная составляющая современной рекламной отрасли, которая способна мощно воздействовать на общество за счет распространения моделей поведения, ценностей и социальных норм [Савельева, 2006]. В этом и заключается ее главная коммуникативная установка: эмоциональное и моральное воздействие на массовое сознание большинства. Особенно актуальной эта проблема становится в 2020 г., когда человечество столкнулось с угрозой массового распространения COVID-19. Власти использовали рекламу в целях привлечения внимания граждан к профилактике распространения коронавирусной инфекции.

И. А. Ханды, исследователь прагмалингвистических особенностей англоязычной социальной рекламы в период пандемии [Ханды, 2022], дает следующие характеристики социальной рекламе:

- активное использование оценочно-эмоциональной лексики;
- обилие графических компонентов;
- частотное использование лексических единиц с положительной семантикой;
- использование языковых средств в обращениях с целью убедить адресата в необходимости коррекции своего социального поведения;
- структурная простота рекламных текстов и высказываний.

Развитие информационных технологий в конце XX – начале XXI века выводит коммуникацию на новый уровень. С появлением и развитием сети **Интернет** возникают модели социального взаимодействия, образуются виртуальные сообщества, основывающиеся преимущественно на онлайн-овой

коммуникации, что не остается без внимания исследователей, в том числе и лингвистов.

Результаты их наблюдений свидетельствуют о том, что в качестве специфического компонента коммуникативной модели в этом случае описывается ее код – языковая система в соотношении с другими знаковыми системами: видео, статичными изображениями (рисунками и фотографиями), графикой и др. Язык Интернета пополняется на лексическом уровне: *веб-сайт, контент, чат, вебинар* и мн. др. Некоторые исследователи говорят о выделении сетевого или электронного языка.

Интернет-сленг воздействует на другие сферы коммуникации, проникая в общеупотребительную лексику; жанр письма, представленный в виде электронной переписки, приобретает свою языковую специфику; формируется особый сетевой этикет, стиль, которые допускает опечатки, использование транслитерации и др.

Уникальность языка Интернета состоит и в его речевых формах. Преимущественно компьютерное общение характеризуется отсутствием визуального контакта; высокой анонимностью; слабой социальной регламентированностью вербального поведения, снятием жестких, социальных и культурных ограничений. Это новый вид коммуникации, включающий не только устную и письменную речь, но и обладающий собственными свойствами, опосредованными компьютерным общением. Так, Д. Кристал предлагает формулу, характеризующую электронный вид коммуникации: «устная форма речи + письменная форма речи + признаки, опосредованные компьютером» [Crystal, 2001, с.13].

Т.С. Иванова подчеркивает способность электронных текстов обладать проницаемыми границами, поскольку они могут содержать ссылки на другие тексты или быть объединённым в границах других, более глобальных текстов [Иванова, 2011].

Неоднозначно влияние Интернета на коммуникативный процесс: с



одной стороны, он интенсифицирует коммуникацию, увеличивает скорость общения, преодолевает расстояния, способствует социализации, возникновению новых форм социальных групп, а с другой стороны – ослабляет взаимодействие: обезличивает коммуникативный процесс, способствует поляризации индивидов, заостряет проблему достоверности информации и т.п. Проблемным в этом отношении оказывается снятие психологических барьеров за счет возможной анонимности контактов, неопределенности личностных характеристик субъектов.

Итак, феномен коммуникации регулярно оказывается в центре научного, в первую очередь лингвистического внимания, которое концентрируется на рассмотрении нескольких выделенных сфер и ситуаций общения:

- городская коммуникация демонстрирует в своих границах особое организующее начало координат пространства и времени (ср.: дом, работа, отдых, городской транспорт и т.д.);
- как особое пространство смешанной социально-личностной природы определяется коммуникативное пространство общественного городского транспорта;
- внутренние ресурсы социального пространства школы позволяют создать гармоничную среду для образовательного процесса, выводя на первый план информацию как содержательный компонент коммуникативной модели, а также ее участников – ученика и учителя;
- научный диалог в контексте межкультурной коммуникации получает новое осознание, однако и в этом случае акцент сделан на содержании коммуникации – научном знании;
- анализ коммуникации в политической сфере и рекламе заставляют обращать внимание на цель и эффект как компоненты коммуникативной модели, поскольку связаны с функцией воздействия на аудиторию, реализующейся с использованием агитационных,

пропагандистских, воздействующих приемов, часто носящих эмотивный характер.

- особой коммуникативной средой становится Интернет, формирующий новый стиль языка, обусловленный виртуальным каналом общения и устанавливающимися стереотипами речевого поведения.

### 1.3. Ситуация речи как объект отражения в языковой картине мира

Основу любой человеческой коммуникации составляет речь. Это понятие с процессуальным значением, существующее в нашем сознании неотделимо от понятия речевого общения. Еще со времен основоположника теоретического и общего языкознания, заложившего основы изучения речевого общения, термин имеет статус устойчивого объекта филологических исследований и предмета многоаспектных разработок (имеются в виду идеи лингвистов-классиков – Л. П. Якубинского, М. М. Бахтина, Л. В. Щербы, Л. С. Выготского и др.).

О специфике речевого общения говорить не приходится. Оно является важнейшим элементом коммуникативной ситуации, или ситуации речи (два последних понятия рассматриваются в настоящем параграфе как синонимичные). Содержание, форма и стиль речевого общения прямо зависят от коммуникативной ситуации, обуславливаются ею.

По своей природе речевая ситуация подразумевает как минимум двух участников: того, кто говорит, и того, кто слушает. К тому же невозможно представить здесь отсутствие предметной составляющей речи. Таким образом, изложенные выше рассуждения восходят к представлениям о структуре речевой ситуации Аристотеля, по мнению которого, она складывается из трех компонентов: оратор, речь, аудитория. Эта аксиома оказалась значимой для последующего развития соответствующей проблемы в филологии в целом, в частности, в коммуникативной лингвистике.

Особый интерес для автора диссертации представляет проблема соотношения речевой ситуации и языковой картины мира.

Показательно, что речевая ситуация как значимый элемент реальности оказывается таковым и в пространстве языковой картины мира (ЯКМ). Имеется в виду то, что речевая ситуация отражена и представлена в ЯКМ как определенный, тщательно разработанный образ, «опрокинутый» в языковое сознание. Язык дает возможность передать различные свойства и составляющие мира, которые человек воспринимает. Он отражает не только окружение человека, но и его национальный характер, мировоззрение, ментальность, систему ценностей, формируя через это культурную картину мира.

Истоки возникновения понятия картины мира, а точнее языковой картины мира в области лингвистики, восходят к идеям В. фон Гумбольдта. В своих трудах он пришел к важному умозаключению о роли языка: язык представляет собой не просто средство общения на основании системы знаков, но еще и сам способ восприятия мира.

В начале XX века австрийский философ Л. Витгенштейн использовал понятие «картина мира» для обозначения содержания образования, интегрированно отражающего всю совокупность научных результатов познания мира [Хужаева, 2022, с. 61].

Понятие же «языковая картина мира» было предложено Л. Вайсгербером. По мнению исследователя, его суть заключается в преобразовании представлений об окружающем мире в языковую форму: языковая картина мира – «та преобразующая сила языка, которая формирует представления об окружающем мире через язык как «промежуточный мир» у носителей этого языка» [Вайсгербер, 1993, с. 18]. Таким образом, вопрос сущности языковой картины мира отсылает к теории лингвистической относительности, отражающей связь языка, сознания и культуры. По мнению Э. Сепира и Б. Л. Уорфа, картина мира определенных народов зависит от

различия их языков; знания, определенного языкового коллектива об устройстве мира формируются через восприятие языковой картины мира [Кулик, 2022].

Понимание языковой картины мира А. С. Кубряковой базируется на когнитивном подходе: «Язык – это не простое зеркало мира, а поэтому фиксирует не только воспринятое, но и осмысленное, осознанное, интерпретированное человеком» [Кубрякова, 2003, с. 6], то есть языковая картина мира не только отражает действительность, но интерпретирует ее.

Знаковым в этой связи является толкование языковой картины мира Н. И. Сукаленко, определяющую ее как субъективный образ объективного мира, наделенный «чертами человеческого способа миропонимания, другими словами, антропоцентризма, который пронизывает весь язык» [Сукаленко, 1992, с. 46].

Языковая картина мира рассматривается исследователями сквозь призму понятия лексической системы [Апресян 2006, с. 26]. Словарный состав языка является основным объемом содержания языковой картины мира [Вершинина, 2022]. Комментарий относительно лексической системы языка, расположенный в словарной статье «Лингвистического энциклопедического словаря», подтверждает тесную связь понятий: «лексическая система прямо или косвенно отражает действительность, реагирует на изменения в общественной, материальной и культурной жизни народа, пополняется новыми словами для обозначения новых предметов, явлений, процессов, понятий» [Ярцева, 2002, с. 257].

Связь языковой картины мира с другим языковым уровнем, синтаксическим, отмечалась отечественными лингвистами в конце XX столетия [Шведова, 1970; Арутюнова, 1976]. В основе теории семантического синтаксиса лежит представление о смысловой составляющей высказывания, содержание которого включает, по Ш. Балли, объективную и субъективную части – «диктум» и «модус» соответственно [Шмелева 1994].

Единицей, организующей их устройства, выступает пропозиция, трактуемая Т.В. Шмелевой как модель ситуации, отражающая в предложении «интеллектуальную (языковую) модель некоего положения дел в действительности». Сфера языковой картины мира (физическая, психическая, интеллектуальная или социальная) может быть описана одним из типов пропозиции: существования, состояния, действия, движения и восприятия.

Формирование в современной лингвистике новой области – лингвоперсонологии, объектами которой являются модельные, коллективные и реальные языковые личности, требующие применения специфических методов сбора и анализа материала [Иванцова, 2008], позволяет рассматривать языковую картину мира в индивидуальном аспекте. Наиболее яркие примеры таковых – языковые картины мира писателей и поэтов, определяющиеся как индивидуально и творчески воплощенное в слове представление о мире, пропущенное через призму сознания автора, как внутренняя духовная действительность, которую автор стремится воплотить в своих произведениях [Сулова, 2022].

Для языковой картины мира специфичен один из ее фрагментов, который можно определить как существование коммуникативного идеала – представлений об образцовой речи; основополагающих правил коммуникации на данном языке в контексте определенной культуры, придерживаются которых все говорящие на данном языке [Дементьев, 2013].

По мнению И.А. Стернина, коммуникативный идеал рационально трактовать как «стереотипное представление об идеальном собеседнике, присутствующее в сознании народа» [Стернин, 2003, с. 54]. Примечательно, что в языковой картине мира способны отражаться коммуникативные идеалы, носящие антонимистический характер. Так, например, русская языковая картина мира, согласно В.В. Дементьеву, осложняется существованием двух разных коммуникативных идеалов – *разговор по душам* и *светская беседа*. Данную оппозицию речевых жанров возможно

трактовать как противопоставление русской провинции с ее традиционной народной культурой и столицы, живущей по совершенно другим законам и правилам, в том числе правилам речевого общения, что находит подтверждение на страницах русской литературы. В частности, Ф.М. Достоевский в своих произведениях много внимания уделяет собственно жанрово-коммуникативным проявлениям данной оппозиции, противопоставлениям дружеского и светского типов общения.

Таким образом, коммуникативный идеал – это то, что не предполагает вариативности, он однозначен, ясен, в отличие от конкретных коммуникативных сценариев, способных противоречить нормированности и даже общей картине коммуникации.

Возвращаясь к соотношению речевой ситуации и ее образа в языке, необходимо отметить, что взаимосвязь между ними лежит в области понятия «языковой картины мира» как отражающей мир системы. Ситуация речи является одним из узнаваемых, типичных фрагментов объективного мира, которые могут быть описаны с помощью языка.

Бесконечное воспроизведение речевой ситуации в реальной коммуникации способствует формированию ее модели (и ее образа) в языковой картине мира, отраженной во множестве текстов. Подтверждение выше обозначенным рассуждениям можно обнаружить в лингвистических идеях о содержании языковой картины мира, подробно рассмотренной выше. Так, по мнению М. А. Соколовой, «картина мира как глобальный образ мира возникает у человека в ходе всех его контактов с миром: и бытовых, и предметно-практических, и в актах умопостижения мира» [Вершинина, 2022, с. 7906]. В. А. Маслова подчеркивает, что «именно языковая картина мира обуславливает коммуникативное поведение, понимание внешнего мира и внутреннего мира человека» [Маслова, 2001, с. 205].

Таким образом, коммуникативная ситуация/ситуация речи, как неотъемлемая составляющая жизни социального коллектива и каждого

человека, не может не быть отражена в языковой картине мира, и оценивается как значимый объект научного внимания и анализа. В связи с этим для автора диссертации представляется актуальной задача реконструировать модель речевой ситуации как выделенной составляющей языковой картины мира на текстовом материале.

В заключение данного параграфа отметим, что фрагментарный, предметно ориентированный подход является популярным при анализе языковой картины мира: с его учетом исследованы представления о пространстве, времени, отдельных типовых ситуациях и категориях и мн. др. (см., в частности [Яковлева, 1994; Арутюнова, 2012]).

Фрагментарным подходом к изучению категорий пространства и времени в языковой, точнее авторской, картине мира на материале художественной прозы И.С. Тургенева отличается работа С.Б. Аюповой [Аюпова, 2012]. Цель работы состоит в проведении обобщающего анализа языковых средств выражения данных категорий и особенностей их функционирования с тем, чтобы углубить понимание структуры и семантики этих категорий в языке в целом и в языковой художественной картине мира в частности; автора интересует семантика пространства и времени, отраженная на уровне лексики, словообразования, морфологии, синтаксиса.

В фокус научных исследований попадают и другие объекты. А.Д. Шмелев в книге «Русская языковая модель мира: Материалы к словарю» [Шмелев, 2002] предпринимает попытку рассмотреть ключевые идеи русской языковой картины мира, проанализировав те из них, которые отличают ее от концептуализации мира, представленной в других языках. Целью рассмотрения становится семантика таких языковых единиц, как *дух* и *душа*, *свобода* и *воля*, *простор*, *смирение*, *гордость* и др., а также такие аспекты и элементы русской языковой картины мира, как строение человека, время, пространственная составляющая «русской души», общие жизненные установки и бытовые представления носителей русского языка, их

философия жизни.

Научный интерес, помимо этого, представляют исследования множества концептов; см., в частности, описания языковых понятий «дружба», «правда», «по душам», «светский», «гламурность» в монографии В.В. Дементьева «Коммуникативные ценности русской культуры: категории личности в лексике и прагматике» [Дементьев, 2013].

#### **1.4. Элементы языкового общения как предмет лингвистического анализа**

Коммуникация, как было сказано выше, находит выражение через использование языковых инструментов – через наборы специфических языковых единиц и правил, регулирующих как их собственно языковую, внутрисистемную организацию, так и особенности их речевого использования. «Типы и способы этого выражения, а также семантика языковых единиц, полностью или частично обусловленная коммуникативными категориями, к числу важнейших из которых относятся коммуникативные ценности, изучаются в ряде коммуникативно- и лингвоцентрических дисциплин, составляющих приоритетные направления речеведения и собственно лингвистики» [Дементьев, 2013, с. 191].

В целом отражение вербальной и невербальной коммуникации в системе языка достаточно давно стало интересовать лингвистов и изучалось в рамках общего метаязыкового направления лингвистики как часть реализации общей метаязыковой (метакоммуникативной) функции языка.

Среди наиболее значительных работ, развивающих данное направление, должна быть названа коллективная монография «Язык о языке» под редакцией и со вступительной статьей Н.Д. Арутюновой. Авторы монографии исходят из того, что «естественная лингвистика – это



нерефлектирующая рефлексия говорящих, спонтанные представления о языке и речевой деятельности, сложившееся в обыденном сознании человека» [Арутюнова, 2000, с. 7].

Отражению в языке различных аспектов языковой рефлексии посвящен ряд монографий: например, о системных нормах русского языка в зеркале языковой игры пишет В.З. Санников [Санников, 1999], отражением в русском языке тоталитарной идеологии, в том числе – важнейших официальных и неофициальных коммуникативных ориентиров, в тоталитарном обществе, по сути коммуникативных ценностей, занимаются саратовские [Романенко, 2000] и уральские [Купина, 2015; Вепрева, 2002] лингвисты. Следует отметить, что в этих работах развиваются идеи А. Вежбицкой, которая несколькими годами ранее провела подобное исследование польского антитоталитарного языка [Вежбицкая, 1993]. Кроме того, защищены кандидатские диссертации, авторы которых осмысливают метаязыковую рефлексия в когнитивном аспекте, обращаясь к анализу концептов «язык» и «русский язык» [Полиниченко, 2004; Тавдгиридзе, 2005] и др.

По характеру основных подходов к отбору и анализа материала научные работы, ориентированные на анализ собственно коммуникативной рефлексии (осмысление коммуникации и ее элементов) в языке, следует поделить на две группы. Во-первых, это исследования Ю.В. Рождественского, посвященные выявлению народных представлений о коммуникации, «правилам ведения речи» по данным пословиц и поговорок. Его последователями, например, А.Н. Сперанской [Сперанская, 1999], изучается отражение в языке определенных моментов речевой/коммуникативной системы. Второе направление имеет более традиционно-лингвистический и одновременно более последовательно семантический характер: в его рамках рассматриваются лингвистические механизмы формирования таких номинаций.

По мнению В.В. Дементьева, оба подхода наиболее последовательно представлены в цикле работ Л.В. Балашовой, посвященных различным аспектам отражения в лексико-фразеологической системе языка определенных моментов речевой коммуникации – как относительно коммуникативного процесса (текста), так и с точки зрения системности (норм) коммуникации [Дементьев, 2013].

Проведено исследование коммуникативной ситуации на материале художественных текстов. Например, проанализирована современная русская детская литература на предмет взаимоотношений Автора и Адресата: выявлена типология коммуникативных моделей в ситуации равенства Автора и Адресата, составлена классификация причин коммуникативных отклонений. В результате анализа выявлены 4 типичные коммуникативные модели, выделенные на основании степени тяжести последствий нарушения – от наиболее мягких (коммуникативная ошибка, недочет, поддающийся коррекции) до наиболее грубых (коммуникативная неудача, коммуникативный провал) [Сильвестрова, 2017].

Конкретизируется коммуникативный объект в работах, авторы которых выявляют специфику речи персонажей художественного текста. Так, И.С. Юхнова исследует образ Швабрина на предмет особенностей его речевого поведения [Юхнова, 2011], анализируя речь героя с учетом ее содержательной стороны, синтаксических особенностей языка. Установлено, что в основе стратегии речевого поведения героя лежит использование «речи лукавой», установка на сокрытие истины, проявляющаяся в недосказанности (оборванности диалога).

Детальностью в рассмотрении отличаются работы, посвященные специфическим характеристикам речевого общения литературных персонажей. Такой подход лег в основу статьи «Речевой портрет астафьевских персонажей» Б.Я. Шарифуллина [Шарифуллин, 2004]. На примере одного эпизода из повести В.П. Астафьева «Печальный детектив»

автор раскрывает проблему инвективности. Действия повести разворачиваются в 80-е годы прошлого столетия, «когда жизнь стала грубой, из нее ушли истинные народные праздники, которые заменили пьянки по поводу и без повода», что не могло не отразиться в речевом поведении людей, формировании их языковой личности. Автор приходит к выводу, что с того «позднесоветского» времени языковая ситуация лишь обострилась: инвективность, как категория языка вполне естественная, «все более перемещается в центральные, ядерные пространства современной речевой коммуникации».

Внимание лингвистов-исследователей в аспекте речевого общения привлекает и материал СМИ. Под научным прицелом А.В. Тактаровой оказывается речевое поведение авторов-журналистов общественно-политического издания «Огонек» [Тактарова, 2014]. Автор приходит к выводу о наличии в их текстах манипулятивных целеполаганий, появляющихся в речевых сигналах /вариантах высказываний, позволяющих эффективно воздействовать на читателя-адресата. По мнению А.В. Тактаровой, стремление сформировать у получателей текста отрицательное отношение к описываемым событиям более частотно по сравнению со случаями реализации положительной или нейтральной установки. «Таким образом, стереотипное речевое поведение данной группы заключается в ее деструктивности при коммуникации с читателем, ее неосознаваемом агрессивно-негативном настрое» [Тактарова, 2014, с.222].

Формулируя выводы, отметим следующее.

Под коммуникацией принято понимать процесс передачи информации от одного человека к другому или между группами людей по определенным каналам и при помощи различных коммуникативных средств.

Современной науке известно множество моделей, описывающих такое взаимодействие. К единому мнению относительно компонентов структуры

коммуникации (их содержания и числа), в частности, относительно структуры коммуникативной / речевой ситуации и речевого акта, лингвисты не приходят. Однако три базовых элемента (говорящий, речь, слушатель, что то же – автор, содержание, адресат) лежат в основе всех коммуникативных моделей, предложенных учеными в разное время. Исследование структуры ситуации речи в разных сферах и ситуативных обстоятельствах – городской, образовательной, научной, политической, рекламной, интернет-среде – проводится достаточно активно.

Значимым для автора настоящей работы оказывается факт признания коммуникативной ситуации и ее составляющих выделенным фрагментом языковой картины мира, достойным внимания и описания, о чем свидетельствуют множество научных публикаций. Языковая картина мира представляет собой комплекс представлений о мире, зафиксированный в каждом языке и в текстах на этом языке. В связи с этим актуальной представляется задача реконструировать модель речевой ситуации (речевого общения) как выделенного фрагмента языковой картины мира на конкретном текстовом материале. Реализации этой задачи посвящена вторая глава диссертации.

## Глава 2. Семантическая структура ситуации речи в представлении лингвистов-популяризаторов

Задачей исследования на данном этапе является реконструкция и описание модели речевой ситуации (речевого общения) в научно-популярных текстах о русском языке. Напомним, что материалом лингвистического анализа является научно-популярное издание «Сто текстов о языке» (Книга первая), выпущенная фондом «Тотальный диктант» в 2021 г. Интерес автора настоящей магистерской диссертации в широком отношении составляют все фрагменты, в которых проявляются особенности речевого поведения лингвистов-популяризаторов, ставшими авторами названного сборника.

### 2.1. Модели ситуации речи: ролевой аспект

В фокусе внимания в данном параграфе оказываются обобщенные ролевые типы автора и адресата, характер взаимодействия между которыми определяет специфику научно-популярной коммуникации и позволяет говорить о ее моделях.

Наблюдения показывают, что в научно-популярном тексте, кроме автора, проявляется и образ того, на кого ориентирована информация (воображаемый адресат), опредмеченный через набор предполагаемых характеристик, приписываемых ему автором.

В научно-популярных текстах очевидным доказательством наличия позиции **автора** оказывается его самопозиционирование как исследователя-профессионала. Это происходит в границах пропозиции таксономической характеристики, объектом в которой выступает авторское **Я**: *Как лингвист я все описываю как факт, без оценки; Скажем, я как человек морщусь, когда*

*слышу свеженький союз... А как лингвист я за этим наблюдаю с восторгом.*

При этом рассказ о том или ином языковом или речевом явлении преимущественно ведется от первого лица.

Эта объективная характеристика, фиксирующая профессиональный или экспертный статус автора, соотносится с тем, что он чувствует право и необходимость ориентировать аудиторию в излагаемом материале, отсылая ее к уже сказанному, повторяя или акцентируя внимание на самом важном, разъясняя цель комментариев.

Вот как автор разъясняет свои намерения относительно цели сообщения: *На примере употребления буквы «ц» хотелось показать, что идея упрощения орфографии только ради упрощения не приветствуется лингвистами; Пора заканчивать это длинное вступление. Зачем оно? Чтобы показать, что все, о чем пойдет речь, – это именно исключения.* В случае реализации коммуникативных интенций автора текст для читателя становится более понятным и логичным.

Выделение конкретной информации, представляющейся автору особо значимой, происходит за счет метатекстовых конструкций типа «я говорил», «я уже несколько раз повторил» – с участием глаголов речевых действий: *Это, как я говорил, называется опрощением, когда сливаются две морфемы; Я уже несколько раз повторил, что фонетические законы не знают исключений и что это как раз игнорируют лингвисты-любители.*

Облегчает восприятие текста метатекст с семантикой иерархизации информации по степени важности: *Важно отметить, что язык не «деградирует» и не «развивается. И еще один важный довод: для передачи особой фонемы (ц)...*; *Надо сказать, что «в смысле» весьма многогранная единица.* Автор заостряет внимание читателя на некоторых моментах повествования, тем самым способствуя разграничению информации в сознании адресата на более и менее значимую.

С целью привлечения особого внимания используется показатель

превосходной степени «самый», усиливающий важность определенных сведений: *Самое важное, что во всех приведенных примерах исходный и переосмысленный варианты фонетически устроены одинаково....*

В конечном счете, для автора важно оказаться понятым. Для этого он прибегает к различным вариантам объяснения: от более сложного к простому: *Но можно все это объяснить и проще: здесь банально не происходит гиперкоррекции: слышим «и» перед «к» – восстанавливаем до «х». При этом понятия, которые могут быть неизвестны для адресата, поясняются доступным всем языком: Так за счет обратной деривации (обратного восстановления)... или: Такой процесс называется переразложением...когда мы анализируем слово еще раз и результат этого анализа получается другим.*

Объективные характеристики автора как профессионала дополняются рядом субъективных, личностных характеристик, которые также проявляются в манере комментирования.

С одной стороны, автор-популяризатор проявляется как **некатегоричный субъект**, который, однако, берет на себя ответственность за сказанное, маркируя мысли рассуждения как свои собственные: *Статья подверглась довольно жесткому – думаю, более жесткому, чем во многих других случаях, - peer-review; Это, на мой взгляд, одна из интереснейших вещей в лингвистике – явление, которое называется грамматикализация; ... на первый взгляд мне кажется, что у суффиксов с –х- есть значение суровости....*

Развивают модус некатегоричности и рефлексивы с семантикой речевого действия, например, вводное слово *скажем* (сама форма 1 л. мн. ч. показательна): *Иногда это даже фиксируется в литературном языке. Скажем, в современном белорусском...; ...как, например, в английском, это не значит, что то же происходит, скажем, в латинском или греческом. Используя такой маркер рефлексии, свидетельствующий об обдумывании*

приводимого факта или аргумента, о вариативности и открытости их ряда, а также об оперативности, «сиюминутности» самого выбора, автор как будто предоставляет адресату возможность соучаствовать в создании текста.

С другой стороны, языковые маркеры «несомненно», «конечно», «уверена», «безусловно» позволяют выявить такую характеристику автора, как **уверенность** в своих суждениях: *Уверена, что если бы в новости фигурировало одна из наших столиц ...то эффект был бы не тот... Упоминание Тюмени, несомненно, усилило вирусный потенциал новости; Безусловно, всеобщее распространение грамотности замедляет языковое развитие...»; «Но минусы, конечно, существеннее....*

Уверенность автора имеет следствием и его **открытость**, что выражается в заявлениях, проявляющих оценочно-эмоциональное отношение к профессиональному объекту: *Больше всего мне понравился вот этот комментарий...; Один из моих безусловных фаворитов – это несклоняемость...*

Кроме того выявленная авторская характеристика проявляется и в его рефлексии над собственным коммуникативным поведением и собственным текстом: *Мы честно хотели сохранить интригу и не раскрывать все карты еще до того, как вы начнете читать этот текст, но, кажется, получилось не то чтобы очень хорошо, – что говорит о нереализованных намерениях автора.*

Еще более эксплицитным средством выражения **эмоционального отношения** автора к своему научному объекту служат восклицательные предложения: *Выходит, что от всего вопроса остался один слог – полная победа говорящего!; Больше диктантов, хороших и разных!*

Частотными оказываются **вопросительные предложения**, используемые для реализации различных функций – для того чтобы

- переориентировать тематический вектор на новый объект.

Располагая их в начале абзаца, автор сигнализирует о новой



микротеме, раскрывающейся в следующем фрагменте. Например, за вопросом *Что такое удобный язык для говорящего?* следует ряд суждений, поясняющих, что есть «удобный язык».

- зафиксировать логику его рассуждений: *Как пишется «ляжка»? Допустим, мы не знаем, а воспринимаем на слух. Как должна писаться «ляха» с уменьшительным суффиксом, чтобы давать при ликвидации суффикса «ляху»? Через «и», потому что видим, что «ж» получается из «г» (книга – книжка).*
- установить контакт с читателем: *Знаете ли вы, что слово диктант в 19 в. употреблялось совсем в другом значении?; Может быть, кто-то из вас задумывался в детстве, почему у нас слова девять и десять так друг на друга похожи? Рассматривая адресата как активного собеседника, автор вступает с ним в общение, открыто выражая свои интенции при помощи глагола спросить: Как и в случае с фляжкой, спрошу: от чего образовано слово зонтик?;*
- активизировать читателя, побудить его к совместному размышлению, что выражается в границах вопросно-ответных форм: *Так значит, открытие не великое? Нет, не великое. Но исследование-то научное? Вполне; Опрос показал, что большинство выбирает «финтифлюху». Почему?*

Две последние группы примеров показывают, что вопросы в «Статках о языке» часто используются авторами в границах вопросно-ответных комплексов, а это, со всей очевидностью, предполагает наличие в тексте позиции **адресата**, которая выражается более или менее прямо – с помощью личного местоимения 2 лица множественного числа **Вы** (*Знаете ли вы...; ... кто-то из вас задумывался*) либо с помощью номинативов в семантике неопределенного группового субъекта (*большинство выбирает*).

Однако наиболее частотной формой экспликации позиции адресата

оказывается личное местоимение 1 лица множественного числа *Мы*, а также притяжательное местоимение *наш/а/е/и*, отсылающее к тому же собирательному участнику общения. В таком случае автор объединяет позицию адресата с собственной коммуникативной позицией, присоединяет его к себе, образуя единое *мы*, которое по аналогии с *мы-врачебным*, *мы-материнским* или *мы-партийным*, можно назвать «*мы-любопытных*».

Содержание «образа» *Мы-любопытных* раскрывается через предикаты действий, которые им приписываются –

- восприятия – увидеть: *Мы можем увидеть, например, что слова начало и конец....;*
- диалога – говорить, поговорить: *Мы поговорили о двух типах «мутации»...; Но мы будем говорить преимущественно о фонетических изменениях...; Но давайте поговорим об изменениях внутри имеющихся слов;*
- анализа – анализировать, объяснить, сравнить: *Такой процесс называется переразложением...когда мы анализируем слово еще раз и результат этого анализа получается другим.*
- знания – знать: *Мы знаем, что у прилагательных в родительном падеже произносится -ова, пишется -ого-; Опять же, мы не знаем глагола чайть. Как видно, присоединяя к себе адресата, автор приписывает ему те знания, какими владеет сам, либо, напротив, представляется несведущим. Опираясь на собственные знания, он формирует «мы-знающих»/»мы незнающих».*

Такие приемы активизации, стимулирования совместной позиции «*мы-любопытных*» свидетельствуют о намерении автора заинтересовать собеседника, привлечь его к совместной языковой и исследовательской деятельности.

Итак, образ автора трансформируется в образ учителя наставника, а образ адресата-читателя – в образ ученика как деятельного участника

коммуникативного акта, способного реагировать на «педагогические» императивы и решать задачи; ср.: *Даже не надо их воспринимать как прилагательные в родительном падеже: просто помним какое-то школьное правило и пишем согласно ему; А теперь задание:...утверждения, как в предыдущей таблице, но два из них истинные, а два ложные. Найдите истинные и найдите ложные; ...вот вам еще одна задачка Бориса Иомдина из «Русского медвежонка». Волеизъявительные интенции автора усиливаются за счет присоединения к глаголам в форме повелительного наклонения наречия *обязательно* с семантикой «безусловности для исполнения» с использованием восклицательного знака, создающего экспрессию: ...*тест «Сойти за своего»...: обязательно пройдите его и узнайте свой уровень регионализо-лингвистической грамотности!**

Подтверждает этот промежуточный вывод, свидетельствуя о намерении автора-популяризатора облегчить восприятие публикуемой информации, большое количество примеров.

Их введение предваряется соответствующими клишированными фразами: *Приведем пример отклонения от системы; Посмотрим на примере: «Все это так, но сомнения все же достают, в смысле – гложут».* Иногда приводя серию примеров с целью наилучшего понимания: *Другой пример – имена; Третий пример – просто какие-то другие частые слова.* Имея в виду максимально широкую аудиторию, автор прибегает к иллюстративным элементам из известных социальных сетей: *Чтобы не быть голословным, вот реальный пример из социальной сети «В Контакте:...*

Иногда примеры могут занимать целые абзацы, когда возникает необходимость сослаться на достижения других наук, например, когда языковые изменения сопоставляются с биологическими мутациями: *Мы почти всегда можем объяснить, почему произошло то или иное нестандартное изменение. И я считаю себя вправе сравнить это с мутациями в биологии....*

В общем, если соотнести все вышеприведенные фрагменты с реальной практикой, можно сделать вывод о том, что в научно-популярных текстах фактически реконструируется **модель ситуации обучения**, а глагольные предикаты фиксируют основные ее этапы:

- *воспринять/посмотреть*;
- *найти – спросить*;
- *объяснить – узнать – обсудить – проанализировать – сравнить*;
- *запомнить*.

Ярким маркером, подтверждающим такое заключение, оказывается и авторское обращение к читателю как к *падавану* (*Об инверсии речь идет, наши юный падаван*). Данное слово используется в современном русском языке в значении «ученик, последователь кого-либо» (в первоначальном значении – ученик джедая из «Звёздных Войн», которому предстоит пройти тренировку под управлением учителя). Таким образом, автор, наделяя адресата ролью ученика, подчеркивает неравнозначность участников коммуникативной ситуации.

Ряд собранных примеров наталкивают на версию о том, что, кроме модели ситуации обучения, в научно-популярных текстах о языке используется еще **модель коллегиального общения** – менее иерархичная и более демократичная в ролевом отношении. Тогда ситуация коммуникации, содержательно ориентированная на новое знание, предполагает режим взаимодействия «на равных». В этом случае, поднимая позицию адресата до своей собственной, автор, например, может формировать образ «скептически настроенного адресата», дающий ему право на недоверие, отлитое в запросе-комментарии: *Да-да, то самое “в смы-ы-ысле?”*.

Реконструируя ту же модель, автор приводит ссылки на другие научные источники, выводя читателя за рамки текста, заботясь о расширении его кругозора, об углублении знаний: *За подробностями отсылаю к еще одному тексту А.А. Зализняка «О профессиональной и любительской*

лингвистике»; Немного подробнее об этом можно прочитать в статье Марии Рубинштейн по мотивам семинара «Что такое грамматикализация...».

Такой режим взаимодействия с адресатом выражается и через намерение автора согласовать с читателем общую или хотя бы аналогичную позицию относительно какого-либо языкового объекта или факта. Эта эмотивно-ориентированная стратегия предполагает приведение позиции адресата к собственной точке зрения при помощи глагола с семантикой «принятия»: Согласитесь, такой автоматически сочиненный текст довольно сложно отличить от сочиненного человеком; ...(согласитесь, это прошлый век!).

Кроме того, анализ речевого поведения участников коммуникативной ситуации в пределах исследуемого научно-популярного текста показывает, что характеристика речевого взаимодействия между ними меняется в сторону еще большей непринужденности, что проявляется,

- во-первых, в стремлении автора установить с адресатом доверительные отношения: ...они, кстати, пишутся именно так – можете проверить; Не верите?; Поверьте, это того стоило;
- во-вторых, в обращении автора к шутке (смеху), как к жанру, свойственному неофициальному общению: Шутим, конечно! (Или нет); Вы будете смеяться, но если вам придется...;
- в-третьих, в признании перед читателями в своем незнании: ...футболки с принтом, состоящим из такого слова, которое я, право, даже и не знаю, как произнести.

На основании этого очевидным оказывается, что отношения между автором и адресатом становятся более свободными, лишенными напряжения, открытыми, что в контексте реальной коммуникативной ситуации напоминает **модель приятельского общения.**

Таким образом, в научно-популярных текстах о русском языке автор и адресат представлены не только характерными маркерами (*Я* и *Вы* соответственно), но имеют и третью репрезентацию – *Мы* – объединяющую их в некий коллективный субъект *Мы*-любопытных. Этот ролевой треугольник организует языковые модели трех типов:

- «ситуацию обучения»,
- «ситуацию коллегиального общения»,
- «ситуацию приятельского общения».

## **2.2. Содержание общения в пространстве научно-популярных текстов о русском языке**

Содержание общения как компонент реальной коммуникативной ситуации наряду с ее участниками находит отражение в научно-популярных текстах о языке (далее в диссертации используется распространенный вариант разговорного сокращения словосочетания «научно-популярная литература» – «научпоп»).

Данный параграф посвящен определению научных объектов лингвистов-популяризаторов на материале книги «Сто текстов о языке», представляющей собрание в большинстве своем коротких ярких текстов, отличающихся один от другого по объему и предмету повествования. Они объединены тем, что посвящены языку во всех его проявлениях на разных этапах его существования: рассказывают об актуальных процессах, происходящих в языке сейчас, а также включают предположения о его дальнейшем развитии – не без учета прошлого. Каждый текст книги проанализирован на предмет его содержания.

Анализ показал, что преимущественно внимание лингвистов-популяризаторов сосредоточено на том, что в языкознании принято называть

**лексическим уровнем языка.** Научным объектом оказываются категории частей речи или специально выделенные слова, как основа лексического состава любого языка. Приведем несколько конкретных примеров.

Авторы-популяризаторы рассуждают над тем, почему такие слова, как «молочка», «кондитерка», «канцелярка», образованные от *молочная продукция, кондитерские изделия, канцелярские товары*, воспринимаются обществом как отклонение от норм литературного языка. Несмотря на то, что подобным способом в свое время был образован ряд других слов, например, *электричка, открытка*. Причина отрицательного отношения общества к таким словам заключается в их относительной новизне, небольшом временном периоде, который они существуют в языке: «Можно не сомневаться, что придет время, когда слово *молочка* – если, конечно, оно закрепится в языке – будет совершенно спокойно восприниматься всеми или почти всеми его носителями» [Сто текстов... 2021].

Очевидно, в фокусе внимания лингвистов-популяризаторов часто оказываются слова, способные вызвать массовый интерес читателей. Например, рассуждения о словах «галиматья», «белиберда» и других, обозначающих что-либо бредовое, абсурдное, увлекают читателя неоднозначной и сомнительной историей их происхождения. Однако адресат изначально предупрежден автором о том, что этот очерк посвящен *галиматье*, а значит, уровень логики и адекватности рассуждений достаточно низкий. Отсюда предполагается, что содержание такого текста будет воспринято вторым участником коммуникативной ситуации спокойно и с иронией.

Размышления о конкретных словах, оказавшихся объектом внимания популяризатора, сопровождаются во многих случаях более или менее подробными этимологическими справками и комментариями. Так авторами представлены лексемы *сопки, цифровой*, а также слова, связанные с интернет-практикой: *интернет, онлайн, офлайн, гуглить, зумить*.

Обращение к истории происхождения слов позволяет объяснить особенности их правописания.

Частотны случаи, когда содержание лингвистического «научпопа» составляют лексические группы слов:

- во-первых, агнони́мы, способные стать причиной коммуникативной неудачи. Опасность их употребления состоит не только в их неверном понимании/ употреблении, но и в неправильном словоизменении агонима, образовании от него не существующих в речевой практике дериватов;
- во-вторых, омофо́ны, также как и агнони́мы, рассматриваемые с позиции коммуникации: их неразличение приводит к риску быть непонятым;
- в-третьих, регионали́змы, важные для понимания языковой практики жителей разных регионов России и разнообразия русского языка.

Особое место в словарном составе языка занимают фразеологизмы, не оставшиеся без внимания популяризаторов. Интерес составляют устойчивые сочетания с указанием места (*на кудыкину гору, к черту на кулички, где раки зимуют, так вот где собака зарыта*), используя которые в речи, забываешь о их буквальном смысле – это то, над чем задумывается автор публикации «Где зимуют раки и зарыта собака: занимательная география русских фразеологизмов».

Регулярно объектом филологического внимания в границах исследуемого материала оказываются лексические единицы, которые используются общественностью в живой обиходной речи, что подтверждается интересом авторов к таким существительным с предлогами, как *по кочану, от верблюда, в Караганде*. Эти ответные фразеореплики выполняют несколько функций в речи: отклонение вопросительной реплики как неуместной, нежелание отвечать на вопрос, замена табуированной лексики.



Одним из устойчивых вопросов в лингвистической науке является проблема сочетаемости слов, привлекающая и популяризаторов языка. В частности, анализу подвержено употребление глаголов событийной пропозиции действия (*стоять, лежать, сидеть*): почему «воробей у нас сидит, шоколадка лежит, а дом стоит?» [Сто текстов... 2021]. Вопросы подобного рода связаны с особенностями русского языкового сознания.

Как показал анализ характера взаимодействия участников коммуникативной ситуации, для авторов научно-популярного текста важно вызвать у читателя интерес к своему научному объекту, исходя из чего предметом научно-популярного комментария становятся те **языковые явления**, которые составляют языковую практику самой широкой аудитории.

А именно говорится о распространенном использовании некоторых приемов выразительности речи, названия которых зачастую оказываются неизвестными людям, профессионально не связанным с филологией. Речь идет о таких средствах, как «анантаподатон», «импоссибилия», «малапропизм», «хиатус», а также о стилистическом приеме «силлепс», предполагающем употребление в качестве однородных грамматически и семантически неоднородных слов (в качестве примера приводится название бара в Санкт-Петербурге «Люблю тебя и выпить»). В этом же контексте внимание уделено явлению «спунеризма», своеобразной, часто произвольной игре слов, состоящей во взаимной замене частей слов, связанных в пределах одного словосочетания и расположенных рядом. Употребление в речи *филиного куре* вместо *куриного филе*, *мачки пасла* вместо *пачки масла* и т.п., если это делается осознанно, то создает эффект каламбура.

Один из аспектов, раскрывающихся на лексическом материале, – **семантические комментарии** значений слов и их взаимосвязей. Например, один из фрагментов книги посвящен рассмотрению концепта *хипстер*. В

центре подобных рассуждений иногда оказываются случаи лексического сопоставления. Так в текстах «Как *кошка* может стать *банкой*», «Как *гривы* превратились в *лес* и *горы*» приведены размышления о смысловой связи между словами, различными по их актуальным значениям. Опираясь на сведения из толковых, энциклопедических и этимологических словарей, автор подтверждает свои мысли относительно общности их значений.

Эволюция значения конкретного слова, выбранного филологом в качестве объекта обсуждения, также дает почву для семантических комментариев. Так для В. Пахомова, как председателя филологического совета «Тотального диктанта», значимым оказывается слово *диктант*: рассуждения касаются изменения значения слова в исторической перспективе: от «диктовки» – к «школьному упражнению» – и до «масштабной образовательной акции по проверке знаний в какой-либо области» (Тотальный диктант).

Слова приобретают новые значения и с развитием различных технологий. Например, исконно русским словом *мать* в связи с появлением в стране персонального компьютера стали называть одну из его комплектующих частей – *материнскую плату*.

Иногда семантический анализ касается не единичных слов, а целых лексических групп: так, например, организовано рассуждение о соотношении в русском языке слов с положительной и отрицательной семантикой. Е. Тупицына, поднимающая эту тему, обращает внимание читателей на то, что в русском языке множество «хороших» глаголов, при том что «некоторые словообразовательные модели продуктивны именно для образования слов», называющих носителя, лишённого того или иного признака [Сто текстов... 2021].

Значительная часть содержания лингвистического «научпопа» посвящена **грамматическим вопросам**:

- во-первых, словообразовательным. Об образовании слов, о возникновении производных слов от личных имен собственных, задумывается, например, В. Пахомов, отмечая появление в русском языке у существительных новой звательной формы *Лен!*, *Саши!*, *Петь!*, повлекшей за собой орфографические трудности, связанные с написанием мягкого знака на конце слова после шипящих;
- во-вторых, морфологическим. В частности, авторский интерес сосредоточен на определении частеречной принадлежности языковой единицы *в смысле* (существительное с предлогом?/ производный предлог?/ служебная единица в союзной функции?), а также на имени числительном, когда разговор заходит о причинах отсутствия такой части речи в других языках. Кроме того, без филологического внимания не остается вопрос о «несклоняемости»: с развитием языка «постепенно перестает склоняться то, что раньше очень хорошо склонялось» [Сто текстов... 2021], например, это касается составных количественных числительных;
- в-третьих, синтаксическим. Единственный случай проявления филологического интереса к синтаксическому уровню языка касается синтаксической инверсии: целенаправленная перестановка слов в высказывании позволяет привлечь внимание адресата к тому компоненту, который важен для автора, а значит, сделать шаг в направлении к успешной коммуникации.

Не остается без внимания лингвистов-популяризаторов и **орфографическая** тематика: почему буква *щ* могла исчезнуть из русского алфавита и почему мы пишем *исчезнуть*, а не *исщезнуть*; со строчной или с прописной буквы писать слова, образующие словосочетания-топонимы, что, оказывается, зависит от трактовки их значений жителями разных регионов России (например, *Токаревская (к/К)ошка*, *Барсучья (г/Г)рива*); как

правильно записывать иностранное слово *e-mail* на кириллице, то есть по-русски. Учитывая, что современный человек, находясь в медиапространстве, воспринимает большое количество интернет-слов иноязычного происхождения и активно пользуется ими, возникает проблема их правильного написания (например, *блогер* и *медиаресурсы*), в том числе лексем, образованных от буквенных аббревиатур при помощи суффиксов (например, *эсэмэщик*, правописание которого регламентировано «Полным академическим справочником» под ред. В.В Лопатиной [Лопатина, 2009]).

Отмечено, что **пунктуационные, орфоэпические и фонетические** вопросы в меньшей степени затронуты в «Ста текстах о языке»: выявлено лишь по одному случаю обращения к этим предметным областям в аспекте нормы. Пунктуационная тема связана с использованием запятой после формальных реплик *С уважением*, *Искренне ваш* и *С наилучшими пожеланиями*; при этом автор статьи проявляется как некатегоричный субъект, оставляющий решение проблемы за читателем: «Именно за вами остается решение о том, ставить запятую или нет». Фонетический вопрос касается четырех типов «мутаций» [Сто текстов... 2021], происходящих на звуковом уровне: когда один звук меняется на другой по той или иной внешней причине; когда меняется внутренняя структура слова; когда количество звуков уменьшается или увеличивается. Орфоэпическая тема, размышления над которой опираются на закон аналогии и закон экономии речевых усилий, посвящена прогнозу о смене акцентологической нормы для слова *звонит*.

Устойчивое филологическое внимание в книге обращено на феномен **языка** как таковой и изучающие его **современные лингвистические направления**:

- проблема возникновения новых языков конкретизирована в вопросе

«Зачем люди придумывают языки?». Оказывается, что причин создания искусственного, никому до этого не знакомого языка множество: одна из них – это стремление писателя создать и писать собственный художественный мир, другая же – желание обеспечить возможность договориться представителям разных народов друг с другом (эсперанто);

- обращение к компьютерной лингвистике позволяет оценивать возможности компьютерных программ генерировать тексты на естественном языке. Отдельной проблемой в этом отношении становится искусственный интеллект, использование которого вызывает множество вопросов: можно ли научить машину принимать решения самостоятельно, какие существуют алгоритмы и базы данных для работы с естественным языком, каковы этапы обработки текста? и др.;
- разговор о гендерной лингвистике актуализирует обсуждение мужского и женского коммуникативного поведения.

Отдельный содержательный блок организован статьями, в которых акцент сделан на семиотической природе языка – организованной системе **знаков**. В этом контексте излагаются история появления в русском письме букв *э, ё, й*, введенных при Петре I, или рассказ о графических знаках преимущественно математического происхождения, выполняющих функцию сокращенной замены слова, когда § обозначает параграф, а % – проценты.

Учитывая, что «в современном обществе в связи с масштабностью процессов взаимовлияния в политическом, общественном и экономическом сотрудничестве между юридическими и физическими лицами внутри отдельного государства и за его пределами» [Эль-Амари, 2018, с. 4] **деловая коммуникация** стала приоритетной, актуальность вопросов о специфике деловой переписки не вызывает сомнений. Популяризаторы языка

рассказывают о том, чего нужно избегать, ориентируясь на эффективную коммуникацию, ссылаясь на хорошо известные клише *срочно, доброго времени суток, как дела?, как у тебя со временем?, вы же профессионалы!*, обилие знаков препинания и текст, набранный заглавными буквами. Аналогичное ограничение накладывается и на слово *ок*, поскольку его автор рискует быть воспринятым адресатом как пассивный агрессор.

Культура деловой переписки заключается не только в выборе правильного языкового знака, но и в учете элементов, составляющих коммуникативную ситуацию: специфики канала коммуникации, уровня отношений с адресатом, фактора доступности информации, характера обращения и подписи. Если речь идет об устной форме делового общения, публичном выступлении, то при подготовке к нему важно придерживаться принципа «матрешки»: не записывать речь полностью, а лишь определиться с ключевыми тезисами, которые должны быть раскрыты в выступлении. Такой подход позволит создать яркую и эмоциональную речь, а выступление сделать интересным и привлекательным для аудитории.

Таким образом, содержательный, информативный, компонент коммуникативной модели, реализуемой в научно-популярных текстах о русском языке, в основном формируется за счет предметных рассуждений и изложения фактов о лексическом уровне (прежде всего слова и категории слов), а также семантического анализа (новые значения или модификация имеющихся значений слов).

Существенная часть книги посвящена, кроме того, не теряющей актуальности грамматической и орфографической проблематике, обзору современных, социально ориентированных направлений языкознания (компьютерная и гендерная лингвистика), а также деловой коммуникации с учетом ее значимости на фоне информатизации общества и развития цифровых технологий.

В меньшей степени авторы-популяризаторы в «Ста текстах о языке» затрагивают проблемы фонетического, орфоэпического и пунктуационного содержания.

### 2.3. Оценочность как целеполагание авторского субъекта

Оценочность является одним из самых заметных и эффективных способов выражения авторской позиции в тексте. Лингвистическое понятие оценочности определено Г.В. Колшанским «как произведенная операция над предметом высказывания» [Колшанский, 2005, с. 121], выражающая широкий диапазон отношений субъекта к объекту. Н.Д. Арутюнова, рассматривая оценку как одну из самых личностных языковых категорий, собственно человеческую категорию, отмечала: «Оценка задана физической и психической природой человека, его бытием и чувствованием; она задает его мышление и деятельность, его отношение к другим людям и предметам действительности, его восприятие искусства» [Арутюнова, 1982, с. 5]. То есть, по своей сути оценка – это выражение отношения к предмету сообщения.

Любая оценка складывается из субъективных представлений автора о том, что «хорошо», а что «плохо», что подтверждается рассуждениями лингвистов. Е.М. Вольф отмечает, что «основная сфера значений, которые обычно относят к оценочным, связана с признаком *хорошо/плохо*» [Вольф, 1985, с. 12]. О том же говорит О.С. Синепупова, подчеркивая: «Оценка понимается как приписывание положительных или отрицательных свойств объекту речи» [Синепупова, 2006, с. 13].

Существует большое количество способов выражения категории оценочности, так как в семантическом отношении она сложна и многообразна [Шкуропацкая, 2014]. Различные модально-оценочные слова

«создают в предложении потенциальную позицию субъекта оценки, которая может быть по смысловой надобности заполнена соответствующим лексико-грамматическим способом» [Золотова, 1982, с. 6].

Лингвисты-популяризаторы в этом отношении не являются исключением и регулярно прибегают к выражению оценки, объектом которой преимущественно оказывается профессиональный предмет: языковая единица, языковой факт или речевое явление.

Отношение к предмету сообщения носит зачастую положительный характер: *Кстати, это потрясающий прием для развития речи; ...происхождение этого замечательного слова связано...; И это хороший пример того, что большая часть мутаций объясняется потерей производящей связи; Надо сказать, что «в смысле» весьма многогранная единица. Однако иногда высказывания или части речи подвергаются критической оценке: *Получается такое странное выражение...; Ответ нарочито абсурдный...; Возьмем, например, злосчастный глагол «звонить»; Рассмотрим такую, казалось бы, скудную часть речи, как числительное...**

С учетом цели автора-популяризатора пробудить интерес к родному языку у широкой аудитории объяснимо регулярное использование прилагательного «интересный» при описании профессионального объекта: *У этого слова безумно интересная история...; Это не единственная интересная вещь, связанная с парой суффиксов -енок/-ят(а); Кстати, это не единственная интересная история, случившаяся с этими указательными местоимениями. В сочетании с наречием *очень*, обозначающего высокую степень проявления какого-либо признака (качества), прилагательное выполняет функцию «усиления» знака оценки: *Тема обработки естественного языка не только очень интересна...; Это, конечно, очень интересная тема, ...**

Ряд найденных примеров позволяют говорить о формировании оценки по параметру «сложно/легко»: *Ну и предлог – там тоже что-то сложное...;*



*Непростая ситуация и с ютубом; В языке «все очень просто». Зачастую автор обращает внимание адресата на различные трудности, связанные с языком.*

*«Хорошо – плохо» у лингвистов-популяризаторов часто профессионализируется, преобразуясь в оценку «правильно – неправильно», с отсылкой к языковой норме. Часто в тексте выражается относительное оценивание с точки зрения «правильности»: *И все-таки правильным будет «эсэмэщик» или «SMM-специалист»; Итак, правильно писать «имейл»...; Правильнее будет написать: «Уважаемый Иван Иванович!»; ...использования слов, мягко говоря, в не совсем правильном значении.**

Введение автором оценочных комментариев, объектами которых становятся слова разговорной и жаргонной лексики, с нашей точки зрения, сближает его с читателем, «работая» на эффект заинтересованности массового адресата: *Леха и Илюха – это такие крутыши; ..., другое дело – «полтораху» – звучит куда круче...*

Образность дополнительно оживляет используемый авторами научно-популярный стиль и делает оценку еще более яркой за счет изобразительно-выразительных средств, таких как,

- метафора (через образ воды характеризуется распространение новости): *третьего июня, в понедельник, новость выплеснулась за пределы научных сайтов и широкой волной разлилась по новостным лентам информагентств;*
- сравнение (сопоставление языковой конструкции с мыльным пузырем, как чем-то привлекательно-воздушным, но при этом бессодержательным и недолговечным): *...служебные слова не примут в свои ряды похожее на мыльный пузырь «в смысле»;*
- олицетворение (знаки препинания наделяются человеческими характеристиками): *в этом случае тире представляется наступательным и даже агрессивным, а двоеточие – бедным и несчастным.*

Иногда объектом оценки популяризаторов становятся собственные

профессиональные усилия и результаты: *Мы честно хотели сохранить интригу и не раскрывать все карты еще до того, как вы начнете читать этот текст, но, кажется, получилось не то чтобы очень хорошо, – или приводится общественная оценка на их научный труд: *получается, наша статья подверглась довольно жесткому – думаю, более жесткому, чем во многих других случаях, –peer-review.**

Кроме того, в тексте проявляется отношение автора к самим лингвистам/филологам, которые наделяются определенными характеристиками: *...строй служебных слов против коварных тюменских филологов...; Поэтому у каждого лингвиста есть небольшая шизофрения – лингвист как лингвист и лингвист как человек; И это как раз главный факт, который игнорируют любители-лингвисты, строящие какие-то свои антинаучные теории.* В таком случае оценка зачастую имеет негативный оттенок.

Можно сделать вывод о том, что в большинстве случаев объектом оценки в научно-популярной книге «Сто текстов о языке» прогнозируемо становятся лингвистические объекты (в единичных случаях – сами лингвисты и их продукты – результаты исследования), к которым авторы проявляют равнодушное отношение, частотно используя в этих случаях квалификатив «интересный». Отметим и то, что оценка регулярно профессионализируется, переходя в оценку с позиций языковой нормы: «норма – хорошо», «отступление от нормы – плохо» (*правильно – неправильно*).

Таким образом, оценочность выступает особым приемом языкового выражения субъективации, так как зависит от субъективного восприятия рассказчика, выражает его точку зрения [Петрушина, 2005].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате можно сделать вывод о том, что основная цель проведенного исследования и задачи, которые были направлены на ее достижение, выполнены.

Автор выпускной квалификационной работы выявил модели речевого общения, используемые в научно-популярных текстах о русском языке, проанализировав опубликованный в 2021 г. сборник «Сто текстов о языке» (Книга 1).

**В первой главе** диссертации изучена коммуникативная ситуация как объект лингвистических исследований:

- рассмотрены основополагающие для теории коммуникации модели речевого взаимодействия Аристотеля, Г.Д. Лассуэлла, К.Э. Шеннона и У. Уивера, М. Маклина, Ю.В. Воронцова, Г. Малецке, Л. Бейкера, Р.О. Якобсона и Г.П. Грайса. Определено, что элементы коммуникации, выделенные Аристотелем (оратор – речь – слушатель), в различных модификациях легли в основу всех последующих моделей;
- определены содержательно и социально значимые сферы коммуникации, а также отдельные речевые ситуации, становившиеся объектами лингвистического интереса в аспекте изучения специфики речевого взаимодействия: городская среда, в том числе общественный транспорт, образовательная и научная среда, реклама и политика – с участием медиакоммуникации и интернет;
- установлено, что языковая картина мира, как глобальный образ реального мира, в качестве одного из значимых и выделенных фрагментов содержит коммуникативную ситуацию – ситуацию речевого общения, которая, в свою очередь, неоднократно и в разном объеме становилась объектом научного анализа.

**Вторая глава** диссертации посвящена исследованию структуры и

содержания речевой ситуации как выделенной составляющей языковой картины мира на текстовом материале, точнее – выявлению моделей ситуации речи в научно-популярных текстах о русском языке (в книге «Сто текстов о языке»).

Установлено, что содержание общения в пространстве лингвистического «научпопа» прежде всего определено интересом широкой аудитории к лексическому уровню языка – словам и категориям слов. Кроме того объектами описания и комментирования регулярно становятся грамматические и орфографические факты, деловая коммуникация, а также проблематика компьютерной и гендерной лингвистики как современных лингвистических направлений.

Определено, что в большинстве случаев объектом оценки в научно-популярном тексте становятся лингвистические объекты (в единичных случаях – сами лингвисты и их продукты – результаты исследования), к которым авторы проявляют равнодушное отношение, частотно используя в этих случаях квалификатив «интересный». Отметим и то, что оценка регулярно профессионализируется, переходя в оценку с позиций языковой нормы: «норма – хорошо», «отступление от нормы – плохо» (*правильно – неправильно*).

Выявлено, что в научно-популярных текстах реализуются модели речевой ситуации трех типов:

1. Ситуация обучения, в которой роль автора трансформируется в роль «учителя, наставника», а роль адресата-читателя – в роль «ученика» как деятельного участника коммуникативного акта. При этом основные этапы этого типа речевой ситуации фиксируют глагольные предикаты: *воспринять/посмотреть – найти – спросить – объяснить – узнать – обсудить – проанализировать – сравнить – запомнить*.
2. Ситуация коллегиального общения, предполагающая взаимодействие

участников коммуникации «на равных». Такой режим взаимодействия с адресатом выражается через намерение автора согласовать с читателем аналогичную позицию относительно какого-либо языкового объекта или факта. Эта эмотивно-ориентированная стратегия предполагает приведение позиции адресата к собственной точке зрения при помощи глагола с семантикой «принятия»: *...согласитесь, это прошлый век!*

3. Ситуация приятельского общения наиболее демократична, непринужденна и неиерархична. Ролевая специфика состоит в стремлении автора развивать с адресатом доверительные отношения, использовать шутку, быть искренним и открытым: *Не верите?; Вы будете смеяться.*

В методической части, расположенной в **приложении**, продемонстрировано, как материал научно-популярных книг о языке может быть использован в школе в рамках предмета «русский язык». В частности, в 7 классе при изучении параграфов: 10 «Основные признаки текста», 11 «Информационная переработка текста», 12 «Смысловой анализ текста», согласно учебнику «Русский язык. 7 класс. Часть 1» под ред. М.Т. Баранова, Т.А. Ладыженской и др. [Ладыженская 2023], а также в 8 классе при прохождении материала параграфа 7 «Текст и его основные признаки» в рамках повторения изученного (см. Приложение А).

Автор магистерской диссертации предлагает серию упражнений, направленных на развитие читательской грамотности, разработанных на основе специфического материала – научно-популярных текстах о русском языке и нацеленных на реализацию двуединой задачи: методической и познавательной (познание родного языка).

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Абабкова Ю.Н., Павлова Г.А. Маркетинговые коммуникации образовательного учреждения // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии, 2010. №4. – СПб: СПбГУСЭ. № 4(6).
2. Апресян Ю.Д. Предисловие // Языковая картина мира и системная лексикография / Отв. ред. Ю.Д. Апресян. – М.: Языки славянских культур, 2006. С. 23-30.
3. Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка // Проблемы структурной лингвистики. – М.: Наука, 1982. С. 5-23.
4. Арутюнова Н.Д. Логический анализ языка. Адресация дискурса: сб. ст. / Российская акад. наук, Ин-т языкознания. – М.: Индрик, 2012. 511 с.
5. Арутюнова Н.Д. Наивные размышления о наивной картине языка // Язык о языке: сборник статей / Н.Д. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 2000. С. 7-22
6. Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл: Логико-семант. Проблемы / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1976. 384 с.
7. Аюпова С. Б. Категории пространства и времени в языковой художественной картине мира (на материале художественной прозы И.С. Тургенева): автореф. дисс. на соискание уч. ст. доктора филол. наук. – Уфа, 2012. 49 с. [Электронный ресурс]; URL:<https://www.dissercat.com/content/kategorii-prostranstva-i-vremeni-v-yazykovoi-khudozhestvennoi-kartine-mira-na-materiale-khud> (Дата обращения 22.08.2023).
8. Баранов М.Т., Ладыженская Т.А., Тростенцова Л.А. и др. Русский язык. 8 кл.: учеб. для общеобразоват. учреждений. Ч. 1. – М.: Просвещение, 2023. – 239 с.
9. Байкулова А. Н. Устное неофициальное общение и его разновидности: повседневная речь горожан / О. Б. Сиротинина. – Саратов: Наука, 2014. 216 с.
10. Барыгин И.Н., Орлов И.Б., Орлова Л.Я. Политические избирательные

- кампании: анализ, ресурсы, технологии: учеб.пособие /СПбГУКиТ.- СПб., 2003. 216 с.
- 11.Березкина О. П. Политический имидж в современной политической культуре: дисс. канд. псих.наук. – СПб., 1999. 178 с.
  - 12.Вайсгербер, Л. (Weisgerber, L.) Язык и философия / Л. Вайсгербер // Вопросы Языкознания. – М.:Российская академия наук, 1993.№ 2.С. 6–21.
  - 13.Вежбицкая А. Антитоталитарный язык в Польше: механизмы языковой самообороны // Вопросы языкознания / А. Вежбицкая; Российская академия наук. – М.,1993. №4 С. 107-125.
  - 14.Вепрева И.Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху / И. Т. Вепрева; Урал.гос. ун-т им. А. М. Горького. - Екатеринбург, 2002. 378 с. [Электронный ресурс]; URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/2003-04-012-vepreva-i-t-yazykovaya-refleksiya-v-postsovetskuyu-epohu-ekaterinburg-izdvo-ural-un-ta-2002-1379-s-bibliogr-s-335379> (Дата обращения 16.02.2024).
  - 15.Вершинина Т.В. Языковая картина мира / Т.В. Вершинина // Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet». 2022. №7. С. 7904–7909. [Электронный ресурс]; URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-kartina-mira-3> (Дата обращения: 02.03.2024).
  - 16.Владимирова Г.Г. Коммуникация в городском общественном транспорте (на материале транспортных диалогов в г. Канске): выпускная квалификационная работа. – Красноярск, 2016. 62 с. [Электронный ресурс]; URL:<https://elib.kspu.ru/document/18029> (Дата обращения: 05.04.2023).
  - 17.Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. – М.: Наука, 1985. 256 с.
  - 18.Гавр Д.П. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Д.П. Гавр. – СПб.: Питер, 2011. 288 с.
  - 19.Гузова В.В. Коммуникативная ситуация «учитель – ученик» (на материале школьных диалогов в 5-6 классе): маг.дисс. – Красноярск,

2021. 104 с. [Электронный ресурс]; URL:<https://elib.kspu.ru/document/62528> (Дата обращения 15.02.2023).
20. Дементьев В.В. Коммуникативные ценности русской культуры: категория персональности в лексике и прагматике / В. В. Дементьев. – М.: ЯСК: Глобал Ком, 2013. 335 с.
21. Золотова Г. А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса. – М.: Наука, 1982. 368 с.
22. Иванова Т.С. Речевое поведение Интернет-общения // Вестник Адыгейского государственного университета / Адыгейский гос. ун-т., 2011. № 3. С. 132-136. [Электронный ресурс]; URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevoe-povedenie-internet-obsheniya> (Дата обращения: 20.09.2023).
23. Иванцова Е.В. Проблемы формирования методологических основ лингвоперсонологии / Е.В. Иванцова // Вестник Томского гос. ун-та. – Томск, 2008. № 3 (4). С. 27-43.[Электронный ресурс]; URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-metodologicheskikh-osnov-lingvopersonologii> (Дата обращения: 07.10.2023)
24. Китайгородская М.В. Активные социолингвистические процессы в сфере городских наименований: Московские вывески // Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация. – М.: Языки славянской культуры, 2003. С. 127-150.
25. Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Языковое существование современного горожанина: на материале языка Москвы / М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова. – М.: Языки славянской культуры, 2010. 496 с.
26. Колшанский Г. В. Соотношение субъективных и объективных факторов в языке. – М.: Наука, 2005. 232 с.
27. Котюрова М.П. О связи предложений и абзацев в научной речи / М.П. Котюрова // Лингвостилистические исследования научной речи. – М.:



- Наука, 1979. С. 23–32. [Электронный ресурс]; URL: [http://www.library.omsu.ru/cgi-bin/irbis64r/cgiirbis\\_64.exe?](http://www.library.omsu.ru/cgi-bin/irbis64r/cgiirbis_64.exe?) (Дата обращения: 16.11.2023).
28. Красильникова Е.В. Язык и культура: (К изучению языка города) // Языковой облик уральского города: сборник научных трудов / Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького, Ин-т рус. культуры. – Свердловск, 1990. С. 4-8.
29. Краснянский Д.Е. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Д.Е. Краснянский. – М.: МГТУ ГА, 2009. 152 с.
30. Кубрякова Е.С. Языковая картина мира как особый способ репрезентации образа мира в сознании человека / Е.С. Кубрякова // Вестник Чуваш. гос. пед. ун-та им. И.Я. Яковлева. – Чебоксары: ГРАНИ, 2003. № 4 (38). С. 2–12.
31. Кулик Л. В. К вопросу о становлении понятия «языковая картина мира» / Л. В. Кулик // Лингводидактика и лингвистика в вузе: традиционные и инновационные подходы: сборник научных трудов по материалам IV-ой Междунар. науч.-практич. конф., Ярославль, 20-21 мая 2022 г. / Ярославльский гос. техн. ун-т ; редкол. : Амер Мухаммад Ахмад и др. – Ярославль, 2022. С. 281-285. [Электронный ресурс]; URL: <https://elib.gstu.by/handle/220612/27234> (Дата обращения 27.04.2023)
32. Купина Н.А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Изд. 2-е, испр. и доп. / Урал. ун-т. – Екатеринбург, 2015. 186 с.
33. Лопатина В.В. Правила русской орфографии и пунктуации. Полный академический справочник / В.В. Лопатина. – М.: АСТ, 2009. 432 с.
34. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003. 280 с.
35. Маннин А.А. Внутренние коммуникации в общеобразовательных организациях: методическое пособие. / А.А Маннин. – М.: ИД Методист, 2018. 52 с.
36. Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / В.А. Маслова. – М.: Академия, 2001. С. 208.

- 37.Медведева С.М. От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации // Вестник МГИМО университета / МГИМО. – М., 2014. № 4(37). С. 278–284. [Электронный ресурс]; URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-nauchnogo-tvorchestva-k-populyarizatsii-nauki-teoreticheskaya-model-nauchnoy-toc-o-1-5-h-z-kommunikatsii> (Дата обращения: 04.07.2023).
- 38.Миньяр-Белоручева А.П. Научная коммуникация как разновидность межкультурной коммуникации // Вестник Южно-Уральского гос. ун-т. /ЮУрГУ. – Челябинск, 2019. Т. 16, № 4. С. 22–26. [Электронный ресурс]; URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchnaya-kommunikatsiya-kak-raznovidnost-mezhkulturnoy-kommunikatsii> (Дата обращения: 04.07.2023).
- 39.Опарина Е.О. Современная городская коммуникация: тенденции развития // Русский язык в современном обществе: (Функциональные и статусные характеристики): Сб. обзоров / Е.О. Опарина, Е.А. Казак. – М., 2005. С. 72-85 [Электронный ресурс]; URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-gorodskaya-kommunikatsiya-tendentsii-razvitiya> (Дата обращения: 07.10.2023).
- 40.Петрушина М. В. Модальное значение неодобрения и его реализация в речи: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – М., 2005. 24 с. [Электронный ресурс]; URL:[https://rusneb.ru/catalog/000199\\_000009\\_002931590/](https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_002931590/) (Дата обращения: 11.04.2024).
- 41.Полиниченко Д.Ю. Естественный язык как лингвокультурный семиотический концепт (на материале русского и английского языков): автореф. дисс. канд. филол. наук. – Волгоград: Перемена, 2004. 23 с.
- 42.Романенко А.П. Советская словесная культура: образ ритора / Саратов. ун-т. – Саратов, 2000. 356 с. [Электронный ресурс]; URL: [https://rusneb.ru/catalog/000202\\_000006\\_341434/](https://rusneb.ru/catalog/000202_000006_341434/) (Дата обращения: 19.10.2023).
- 43.Рюмшина Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе: учебное пособие /

- Л.И. Рюмшина. – М.: Март, 2004. 240 с.  
С. 79-85. [Электронный ресурс]; URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-kommunikatsii-obrazovatel'nogo-uchrezhdeniya> (Дата обращения: 10.11.2023)
44. Савельева О.О. Социология рекламного воздействия / О.О. Савельева. – М.: РИП-холдинг, 2006. 284 с. [Электронный ресурс]; URL: <https://socioline.ru/book/saveleva-oo-sotsiologiya-reklamnogovozdejstviya> (Дата обращения: 03.11.2023).
45. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – М.: Языки русской культуры, 1999. 541 с.
46. Сильвестрова А.Б. Модель коммуникативной ситуации в предметном поле «русский язык как неродной» (на материале современной русской детской литературы): маг.дисс. – Красноярск, 2017. 99 с. [Электронный ресурс]; URL: <https://elib.kspu.ru/document/25931> (Дата обращения 20.08.2023).
47. Синепупова О. С. Оценочная «картина мира» в публицистическом тексте (на материале печатных СМИ): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – М., 2006. 13 с. [Электронный ресурс]; URL: [https://rusneb.ru/catalog/000199\\_000009\\_003281486/](https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_003281486/) (Дата обращения: 26.08.2023).
48. Соловьев А.И. Политология: политическая теория, политические технологии / А.И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 2000. 50 с.
49. Сперанская А.Н. Правила речевого поведения в русских поговорках: автореф. дисс. канд. филол. наук / Красноярский гос. ун-т. - Красноярск, 1999. 21 с. [Электронный ресурс]; URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000281421> (Дата обращения 09.03.2024).
50. Стернин И.А. Экспериментальное изучение категории русский коммуникативный идеал / И.А Стернин // Мир русского слова. Воронеж. Гос. ун-т. – Воронеж, 2003. № 2. С. 53-55.

51. Сибун В.В., Стрельникова А.А., Шурыгина Э.И. Политическая коммуникация // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики / ИТМО. – СПб. 2006. № 4(27). С. 219 – 222. [Электронный ресурс]; URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-kommunikatsiya> (Дата обращения: 05.02.2023).
52. Сто текстов о языке: сб. научн.-поп.ст.: в 2 кн. – М.: Городец, 2021. – Кн. 1. – 272 с.
53. Сукаленко Н. И. Отражение обыденного сознания в образной языковой картине мира / Н. И. Сукаленко. – Киев: Наукова думка, 1992. 164 с.
54. Сулова И.А. Языковая картина мира как одна из важнейших составляющих формирования языковой личности / Донецкие чтения 2022: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: Материалы VII Междун. науч. конф., посвящённой 85-летию Донецкого нац. ун-т (Донецк, 27–28 октября 2022 г.). Том 4: Филологические науки. Часть 1. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2022. С. 229 - 231
55. Тавдгиридзе Л.А. Концепт «Русский язык» в русском языковом сознании: автореф. дисс. канд. филол. наук. – Воронеж: Научная книга, 2005. 23 с.
56. Тактарова А.В. Деструктивное речевое поведение журналистов (на материале общественно-политического издания «огонек») // Науки и современность: научный журнал. – Тамбов: Консалтинговая компания Юком, 2014. № 28. С. 219-223.
57. Тухватулина Л.Р. Принципы классификации моделей коммуникации / Л.Р. Тухватулина // Вестник ТГПУ. – Томск, 2006. № 7 (58). С. 50 [Электронный ресурс]; URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-klassifikatsii-modeley-kommunikatsii> (Дата обращения: 02.03.2024).
58. Федорова И.В. Лексическая стратификация научно-технического текста: автореф. дисс. канд. филол. наук / И.В. Федорова. – М., 1986. 24 с. [Электронный ресурс]; URL: [https://rusneb.ru/catalog/000199\\_000009\\_008643606/](https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_008643606/) (Дата обращения: 18.11.2023).

59. Ханды И.А. Прагмалингвистические особенности англоязычной социальной рекламы по борьбе с covid-19 / И.А. Ханды // Катановские чтения – 2022: сборник научных трудов студентов / Издательство ФГБОУ ВО. – Абакан, 2022. 284 с.
60. Хужаева Ж.А. Язык как отражение картины мира / Ж.А. Хужаева // Вестник магистратуры. – Йошкар-Ола. 2022. № 3-1 (126). С. 61.
61. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф. И. Шарков. — М.: торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2010. 592 с.
62. Шарифуллин Б.Я. Речевой портрет астафьевских персонажей / Б. Я. Шарифуллин // Первые Астафьевские чтения в г. Красноярске: материалы Всерос. конф. 28-29 апр. 2004 г. Вып. 1., 2005. С. 368-374
63. Шведова Н. Ю. Грамматика современного русского литературного языка / С. Н. Дмитренко и др.; отв. ред. Н. Ю. Шведова; Акад. наук СССР, Ин-т русского яз. – М.: Наука, 1970. 767 с.
64. Шкуропацкая М.Г. Аспекты семантики предложения: учебное пособие / М.Г. Шкуропацкая. – Алтайская государственная академия образования им. В.М. Шукшина. – 2-е изд., исправ. и доп. – Бийск: ФГБОУ ВПО «АГАО», 2014. 186 с.
65. Шмелев А. Д. Русская языковая модель мира: материалы к словарю / А. Д. Шмелев. – М.: Языки славянской культуры, 2002. 224 с.
66. Шмелева Т.В. Семантический синтаксис: Текст лекций из курса «Современный русский язык» / Краснояр. гос. ун-т. – Красноярск, 1994. 54 с.
67. Шмелева Т.В. Современная городская коммуникация: Жанры, стили, тенденции // Русский язык в контексте современной культуры: сборник статей / Урал.гос ун-т. – Екатеринбург, 1998. 240 с.
68. Эль-Амари О.Н. Деловое письмо как жанр современной письменной коммуникации на русском языке: дисс. на соиск. уч.ст. канд. наук. – Ярославль, 2018. С. 4.

- 69.Эргашева Т. Теоретические основы прагмалингвистики и ее основные категории / Т. Эргашева // JournalofAdvancedResearchandStabilityVolume, 2022. № 12. 6 с.
- 70.Юхнова И.С. Образ Швабрина: особенности речевого поведения // Вестник Вятского государственного университета: научный журнал / ВятГУ. – Киров, 2011. № 2-2. С. 114-117.
- 71.Яковлева Е.С. Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени и восприятия) / Е. С. Яковлева. – М.: Гнозис, 1994. 343 с. [Электронный ресурс]; URL: <https://klex.ru/tlk> (Дата обращения: 07.16.2023).
- 72.Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь / В.Н. Ярцева. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2002. 682 с. [Электронный ресурс]; URL: [https://rusneb.ru/catalog/000199\\_000009\\_001847464/](https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_001847464/) (Дата обращения: 22.09.2023).
- 73.By Claude E. Shannon and Warren Weaver. The mathematical theory of communication. - Urbana: the University of Illinois press, 1949. С. 117.
- 74.Crystal D.Language and the Internet. Cambridge:University press,2001.272 p.
- 75.Malinowski B. Phatic Communion / B. Malinowski // Communication in Face-to Face Interaction. –Harmondsworth: Penguin Publishing, 1972. - P. 146-152. [Электронныйресурс]; URL: [https://rusneb.ru/catalog/000201\\_000010\\_BJVV V167417/](https://rusneb.ru/catalog/000201_000010_BJVV V167417/) (Дата обращения 16.04.2024)

## ПРИЛОЖЕНИЕ А. Дидактические материалы по развитию читательской грамотности школьников

Источник материалов: Сто текстов о языке: сб. науч.-поп. ст.: в 2 кн. – М.: Городец, 2021. – Кн. 1. – 272 с.

### Задания к тексту №1

#### 1. Работа с заголовком

1.1. Прочитайте заголовок приведенного ниже текста.

1.2. Ответьте на вопросы:

- А) Какое ключевое слово в заголовке способствует определению темы текста?
- Б) Как вы думаете, о чём пойдёт речь в тексте?
- В) Знаете ли вы значение слова *эсэмэщик*?
- Г) Какая морфема в слове *эсэмэщик*, обозначающая «того, кто связан с указанной в основе деятельностью, профессией, орудием или материалом труда», помогает определить смысл слова?
- Д) Как вы думаете, содержит ли толковый словарь слово *эсэмэщик*?  
Объясните свое мнение.
- Ж) \* С какими нормами современного русского языка (орфоэпическими, орфографическими, синтаксическими, лексическими, морфологическими, пунктуационными, интонационными) связан заголовок текста?

1.3. Сформулируйте и запишите собственное определение ключевого слова заголовка.

#### 2. Работа с текстом

2.1. Прочитайте текст.

### Слово *эсэмэщик* пишется именно так (что? да!)

Мы честно хотели сохранить интригу и не раскрывать все карты еще до того, как вы откроете эту статью, но кажется, получилось не чтобы очень хорошо. Как вы догадались, сегодняшняя небольшая заметка посвящена слову *эсэмэщик*, которое согласно правилам орфографии русского языка должно писаться именно таким образом (а не как *SMMщик*, *SMM-щик* или *шттищик*). Давайте разберемся, к чему апеллируют лингвисты, объясняя такое написание.

Согласно «Полному академическому справочнику» под редакцией В. В. Лопатина, в словах, образованных от буквенных аббревиатур с помощью суффиксов, аббревиатурная основа записывается по названиям букв: *бэтээр* (от БТР), *кагэбэшник* (от КГБ) и проч. Логичным продолжением этого ряда становится слово *эсэмэщик*, которое образовано от буквенной аббревиатуры SMM, которая читается как *эсэмэм*.

Но как это слово пишут современные носители языка и следуют ли они правилам? Это может показаться странным (кого-то написание *эсэмэщик* наверняка покоробит или удивит), но люди активно используют его в своих текстах — в особенности это касается профильных изданий, предназначенных для SMM-специалистов, специалистов в SEO-продвижении, копирайтеров, маркетологов и т.п.

Многие, однако, допускают ошибки: с одной стороны, это может быть связано с тем, что люди не знакомы с правилом, которое нормирует написание этого слова, с другой – кому-то привычнее и проще использовать вариант, который сохраняет в себе аббревиатуру *SMM*, известную всем и каждому (а не элемент *эсэмэм-*, который в таком виде может вызвать непонимание).



И все-таки (с точки зрения русского языка) правильным будет *эсэмэщик* или *SMM-специалист*. Выберите то, что вам больше нравится!

(Екатерина Тупицына)

2.2. Отметьте в таблице нужные варианты ответа. Какие из этих утверждений являются верными, а какие – нет, исходя из содержания текста?

Утверждение	Верно	Неверно
1. <i>SMMщик</i> , <i>SMM-щик</i> , <i>шттщик</i> – допустимые варианты верного написания слова <i>эсэмэщик</i>		
2. Зачастую люди допускают ошибки в написании слова <i>эсэмэщик</i>		
3. Аббревиатурная основа слова записывается по названиям букв аббревиатуры (например, <i>бэтээр</i> от <i>БТР</i> )		
4. Профильные издания, предназначенные для <i>SMM-специалистов</i> , <i>специалистов в SEO-продвижении</i> , <i>маркетологи</i> не используют слово <i>эсэмэщик</i> в своих текстах		

2.3. Выпишите из текста 1 предложение, отражающее тему текста.

2.4. Как вы считаете, почему автор не объясняет значение ключевого слова в тексте?

2.5. На какой источник опирается автор, анализируя написание слова *эсэмэщик*?

2.6. Каковы 2 причины ошибочного написания слова *эсэмэщик* с позиции автора?

2.7. Как вам кажется, что нужно сделать, чтобы люди были уверены в

правильности написания современного слова *эсэмэщик*?

2.8. Выстройте разделы плана в том порядке, в котором они идут в прочитанном тексте; обозначьте их цифрами (1, 2, 3, 4, 5).

- Написание и использование слова *эсэмэщик* современными носителями языка.
- Установление причин ошибочного написания слова *эсэмэщик*.
- Определение орфографического правила русского языка, необходимого для правильного написания слова *эсэмэщик*.
- Вывод о правописании слова *эсэмэщик*.
- Обозначение темы текста.

\*2.9. Определите, к какому стилю речи относится текст. В качестве доказательства приведите примеры.

### **3. Заключительная работа**

3.1. Как вы считаете, отражает ли заголовок текста его главную мысль?

Объясните свое мнение.

3.2. Предложите несколько вариантов собственного названия текста.

3.3. Перескажите текст по плану, восстановленному вами в задании 2.8.

## **Задания к тексту №2**

### **1. Работа с заголовком**

1.1. Прочитайте заголовок приведенного ниже текста.

1.2. Ответьте на вопросы:

А) Как вы думаете, о чём пойдёт речь в тексте?

Б) Все ли слова в заголовке написаны верно? Если не все, то какие именно?

В) Как вы считаете, зачем автор использует ошибочное написание словосочетания в заголовке?

Г) Приходилось ли вам слышать словосочетание *филиное куре* или ему

подобные в повседневной речи? Если да, то при каких обстоятельствах?

\*Д) Исходя из заголовка, определите, с каким языковым уровнем будет связано содержание текста (фонетическим, морфемным, лексическим, морфологическим, синтаксическим)?

## 2. Работа с текстом.

### 2.1. Прочитайте текст.

#### То чувство, когда устал покупать *филиное куре*

Как часто мы просим в магазине *филиное куре*, чтобы потом при готовке добавить *укрушку и петрон*? Почему на уроке истории так и хочется поведать учителю о *перетурии с мирками*? И вообще, в чем проблема, почему *заплетык языкается*?

Исходя из тщательного анализа мемов, можно судить о масштабе проблемы. Заметили в себе первые симптомы? Кассиры уже прячут усмешку и понимающе пробивают *мачку насла*? Друзья бьют тревогу, пытаетесь отучить вас переходить через *переходный пешеход* к *аллиной тополее*?

Итак, лингвистический диагноз — у вас обнаружены *спунеризмы*. Разновидность фоносиллабического хиазма. Не спешите хвататься за сердце, это не опасно. Но очень заразно.

*Спунеризм* — это произвольная или сознательная игра слов, основанная на перемещении слогов или букв между словами, находящимися рядом в одном предложении. Так ни в чем не повинный молодой человек превращается в *чаладого моловека*, а каким веселым вдруг становится обычный разговор или поход в магазин! Как минимум один спунеризм, *вагоноуважаемый глубокоуважатый*, вы можете помнить из стихотворения Самуила Маршака «Вот какой рассеянный».

Углубимся в «историю болезни»: свое имя этому феномену дал Уильям Арчибальд Спунер (1844–1930) — английский философ и богослов,

руководитель Нового колледжа в Оксфордском университете. По свидетельствам современников, фигурой он был неординарной. Представьте невысокого мужчину с непропорционально большой головой, белыми волосами и красноватым лицом. Окружающие считали его человеком порядочным, добрым, хоть и «со странностями».

По одной из баек однажды он случайно рассыпал на себя соль, после чего невозмутимо залил её вином, видимо, перепутав причину и следствие (скорее всего, это был период сессии, так что его поведение вполне объяснимо). Как-то раз он вышел с проповедью о Святом Павле, но вместо этого на протяжении всей своей речи называл его Аристотелем. Завершив проповедь, он пояснил недоумевающим слушателям: «Разве я говорил *Аристотель*? Я имел в виду апостола Павла!»

Но самой известной его чертой стали оговорки, придающие изюминку любой лекции. Спунер даже подозревал, что многие студенты приходили на его занятия не из любви к предмету, а именно из-за этих невольных каламбуров. Действительно, кто ещё из преподавателей мог сказать «Он был убит застенчивой вороной» вместо «Он был убит сокрушительным ударом» (*Hewaskilledby a blushingcrow – Hewaskilledby a crushingblow*).

В своей статье про спунеризмы Макс Фрай заметил: «Язык нуждается в такого рода безобидных издевательствах, как жилое помещение в проветривании». Подобные каламбуры заставляют больше ценить свой язык.

В общем, ничего плохого в спунеризмах нет. Главное, не переборщить. А по вкусу *филиное куре* ничем не отличается от *куриного филе*. Может быть, даже пикантнее. Так что простите себе эту маленькую языковую шалость. *Не внимайте обращения!*

(Алиса Пойменова)

2.2. Отметьте в таблице нужные варианты ответа. Какие из этих утверждений являются верными, а какие – нет, исходя из содержания текста?

Утверждение	Верно	Неверно
1. Спунеризм – понятие, пришедшее в лингвистику из точных наук		
2. Уильям Арчибальд Спунер никогда не допускал в своей речи оговорок		
3. Самуил Маршак в своем творчестве использовал <i>спунеризмы</i>		
4. Принято считать, что Макс Фрай является автором термина <i>спунеризм</i>		

2.3. Какое определение *спунеризма* предлагает автор текста?

2.4. Приведите из текста минимум 3 примера *спунеризмов*.

2.5. С именем какого человека связано возникновение этого понятия?

2.6. Объясните появление *спунеризмов* на уровне словообразования.

2.7. Выпишите 1 предложение, подтверждающее использование *спунеризмов* в литературе.

2.8. Опираясь на содержание текста, подумайте, каким образом подобные оговорки влияют на речь людей?

2.9. Как вы думаете, с чем может быть связана такая игра слов?

2.10. Приведите собственные примеры *спунеризмов* (минимум 2).

2.11. Выстройте разделы плана в том порядке, в котором они идут в прочитанном тексте; обозначьте их цифрами (1, 2, 3, 4).

- История возникновения понятия *спунерзм*.
- Вывод об использовании *спунеризмов* в речи.
- Оговорки типа *филиное куре* в повседневной устной речи.
- Сущность понятия *спунеризм*.

### 3. Заключительная работа

3.1. Как вы считаете, отражает ли заголовок текста его главную мысль?

Объясните свое мнение.

3.2. Предложите несколько вариантов собственного названия текста.

3.3. Перескажите текст по плану, восстановленному вами в задании 2.11.

### **Задания к тексту №3**

#### **1. Работа с заголовком**

1.1. Прочитайте заголовок приведенного ниже текста.

1.2. Ответьте на вопросы:

А) Какое ключевое слово в заголовке помогает определить тему текста?

Б) Как вы думаете, о чём пойдёт речь в тексте?

В) К какому типу предложения по цели высказывания относится заголовок?

Г) Как вы считаете, с какой целью автор использует в заголовке текста предложение в вопросительной форме?

\*Д) Исходя из заголовка, определите, с каким языковым уровнем будет связано содержание текста (фонетическим, морфемным, лексическим, морфологическим, синтаксическим)?

#### **2. Работа с текстом.**

2.1. Прочитайте текст.

#### **Почему звонИт когда-нибудь может превратиться в звонИт?**

В языке есть два непререкаемых закона – это закон аналогии и закон экономии речевых усилий. Что это за законы и как они действуют в языке? Не спешите закрывать эту статью: в ней содержится ответ на вопрос, который мы вынесли в заголовок.

Начнём с закона экономии речевых усилий. Давайте не будем отрицать, что мы ленимся и часто не хотим тратить свое время на произнесение длинных слов или предложений.

Именно закон экономии речевых усилий порождает такие слова, как *зачётка* (вместо зачётная книжка), *электричка* (вместо электрический поезд), *атомка* (вместо атомная электростанция), *маршрутка* (вместо маршрутное такси). Такие сокращённые слова называются универбатами.

Кстати, вы сами наверняка сможете придумать ещё с десятков подобных слов (чем не лингвистическая игра для всей семьи).

Закон аналогии подчиняет некоторые факты языка общим закономерностям, которые уже успели устояться. Возьмём, например, злосчастный глагол *звонить*. Его «злосчастность» — в ударении: в речи мы все чаще слышим, как его ударяют на первый слог. Почему так происходит? И является ли это «просто ошибкой» или возможной закономерностью, которая каким-то образом отражается в этом слове на наших с вами глазах?

Для того, чтобы объяснить это, придётся окунуться в историю языка и вспомнить про два других глагола — *курить* и *варить*. Да-да, именно они помогут нам найти ответ на этот вопрос.

Когда-то в третьем лице единственного числа ударение в них отличалось от современной нормы: *он курИт* и *он варИт* (именно так сейчас ударение падает на окончание в третьем лице у глагола *звонить*: *он звонИт*). Но со временем место ударения в глаголах *курить* и *варить* изменилось: оно перешло с окончания слова на корень. И глагол *звонить* очень хочется подчинить той же аналогии!

Говорят, что в будущем этот глагол может всё-таки закрепиться с ударением на корне, и всё это благодаря закону аналогии и двум глаголам, в котором такое перемещение ударения уже произошло.

2.2. Отметьте в таблице нужные варианты ответа. Какие из этих утверждений являются верными, а какие – нет, исходя из содержания текста?

Утверждение	Верно	Неверно
1. Такие слова, как <i>зачетка</i> (зачетная книжка), <i>электричка</i> (вместо электрический поезд) порождены законом экономии речевых усилий		
2. Согласно современным нормам русского языка вариант произношения <i>звОнит</i> является допустимым		
3. <i>ЗвОнит</i> – правильный вариант произношения с учетом закона аналогии		
4. Суть закона аналогии заключается в подчинении отдельных фактов языка общим закономерностям, которые уже успели устояться		

2.3. С каким языковым законом связано появление так слов, как *зачетка*, *электричка*, *атомка* и др.?

2.4. Опираясь на текст, объясните, что такое *универбаты*?

2.5. Приведите собственные примеры универбатов (минимум 2).

2.6. С какими изменениями в языковой норме связана ошибочная постановка ударения в слове *звонит*?

2.7. С какой целью автор текста обращается к истории языка, в частности к словам *курить* и *варить*?

2.8. Согласно какому закону в языке глагольная форма *звОнит* может стать вторым нормативным (разрешенным) вариантом произношения наряду с *звонИт*?

2.9. Основываясь на информации из текста, дайте ответ на вопрос, обозначенный в заголовке.



\*2.10. Найдите и выпишите из текста предложение, которое отвечало бы на вопрос «Почему в данном тексте для автора важно рассмотреть закон аналогии и закон экономии речевых усилий?».

2.11. Выстройте разделы плана в том порядке, в котором они идут в прочитанном тексте; обозначьте их цифрами (1, 2, 3, 4).

- Закон аналогии.
- Вывод о возможном закреплении в языке формы *звОнит*.
- Закон экономии речевых усилий. Универбаты.
- История постановки ударения в словах *курить* и *варить*.

### **3. Заключительная работа**

3.1. Как вы считаете, отражает ли заголовок текста его главную мысль?

Объясните свое мнение.

3.2. Предложите несколько вариантов собственного названия текста.

3.3. Перескажите текст по плану, восстановленному вами в задании 2.11.