

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Красноярский государственный педагогический университет  
им. В.П. Астафьева»  
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Институт /факультет / департамент филологический  
Выпускающая кафедра современного русского языка и методики

Рязанова Татьяна Дмитриевна

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**Восприятие креолизованного текста носителями русского языка  
младшего поколения**

Направление подготовки 44.03.05 Педагогическое образование  
Направленность (профиль) образовательной программы Русский язык и литература

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ

ФИО заведующего кафедрой  
канд. филол. наук, доцент Бебриш Н.Н.

31.05.2024 г.

Руководитель канд. филол. наук, доцент

Бебриш Н.Н. 31.05.2024г.

(дата, подпись)

Дата защиты

Обучающийся Рязанова Т.Д.

(дата, подпись)

Оценка \_\_\_\_\_

Красноярск 2024

## Оглавление

Введение .....	3
Глава 1. Понятие креолизованного текста.....	7
1.1. Характеристика креолизованных текстов.....	7
1.2. Креолизация текста.....	13
1.3. Особенности восприятия креолизованных текстов .....	20
Глава 2. Психолингвистический эксперимент: методический аспект .....	24
2.1. Психолингвистический эксперимент «креолизованный текст».....	24
2.2. Практика использования психолингвистического эксперимента в школе.....	36
2.3. Элективный курс «Психолингвистические эксперименты» в школе.....	38
Заключение .....	44
Список литературы .....	47
Приложение .....	51

## Введение

В выпускной квалификационной работе рассматривается восприятие креолизованных текстов носителями русского языка молодого поколения.

**Актуальность** исследования. В современном мире все чаще встречаются тексты, которые сочетают в себе разные знаковые системы: языковые и неязыковые, вербальные и невербальные, аудио - и визуальные. «Такие тексты называются креолизованными, поскольку они представляют собой результат креолизации — процесса смешения и интеграции разнородных кодов в единое целое» [Пищерская, 2023, с.1].

Семиотически осложненные тексты сегодня являются основным способом представления информации не только в массовой коммуникации: в СМИ, Интернете, а также в процессе обучения и т.д.

За последнюю четверть века наблюдается тенденция к изучению креолизованных текстов (защищено несколько десятков диссертаций: Вашунина И.В. «Особенности восприятия креолизованных текстов» 2016 г., М.Б. Ворошилова, «Креолизованный текст: аспекты изучения» 2006 г., Л.В. Дубовицкая «Знаковость креолизованного текста письменной коммуникации» 2012 г. и др.), где исследуется сочетаемость компонентов креолизованного текста, дается характеристика его составляющих, рассматривается функционирование креолизованных текстов разных жанров.

Многие исследования посвящены изучению прагматического потенциала креолизованных текстов (Г.Н. Тельминов 2009 г., Д.П. Чигаев 2010 г.) в некоторых из них применяется психолингвистический метод исследования (М.Б. Ворошилова 2007 г., К.В. Злоказов 2018 г. Однако, как считает И.В. Вашунина, «основным недостатком таких работ является отсутствие практического использования подобных текстов: выводы о воздействии делаются на основании теоретических исследований, без экспериментальной проверки» [Вашунина, 2020, с. 6-10].

Среди множества существующих работ насчитывается менее двух десятков экспериментальных исследований (эксперименты не всегда ставились с целью обнаружения закономерностей восприятия креолизованных текстов). Этот факт помогает выявить основную проблему изучения креолизованных текстов – «дедуктивный характер сделанных выводов и заключений» [Вашунина, 2020, с. 6-10].

Проводимые экспериментальные исследования показывают, что особенности восприятия креолизованных текстов могут быть выведены только теоретически. Как показывает практика, реальное воздействие определенного креолизованного текста на респондента может оказаться не таким, как прогнозируется, а для этого необходимы исследования на разном вербальном и невербальном материале.

Актуальность проблемы воздействия креолизованного текста с целью достижения определенных результатов не вызывает сомнения: влияние семиотически осложненного текста на современного человека в социуме осуществляется преимущественно при помощи СМИ и сети «Интернет», где основным средством речевого воздействия является креолизованный текст.

Также практика изучения креолизованных текстов привела к выводу, что у большинства людей обнаружено «клиповое мышление», что существенно снижает особенность восприятия информации.

Под «клиповым мышлением» М.А. Купчинская понимает «новое поколение, так называемые «люди экрана», они обладают визуальным, быстрым, но поверхностным мышлением, получившим название «клиповое мышление». Им присущ языковой минимализм и речевая бедность, рассеянность и гиперактивность, дефицит внимания. У них конкретное мышление преобладает над абстрактным» [Купчинская, 2019, с.1-2].

Актуальность работы состоит также в изучении негомогенных тестов и особенностей восприятия их носителями молодого поколения, в возможности применения данных текстов в школьной практике.

**Цель** исследования: выявление закономерностей восприятия креолизованных текстов носителями русского языка младшего поколения.

Для достижения поставленной цели в работе предполагается решение следующих задач:

- 1) рассмотреть научную литературу по теме исследования и определить основные рабочие понятия;
- 2) собрать материал для исследования;
- 3) изучить специфику восприятия и интерпретации креолизованных текстов различными категориями респондентов (школьники 12-14 лет, студенты 22-23 года);
- 4) определить особенности понимания креолизованных текстов путем подбора параметров невербальной части;
- 5) представить методические материалы по теме исследования.

**Объект исследования:** «креолизованный текст - тип языкового продукта, формирующегося в условиях мультиязычности и культурного взаимодействия» [Вашунина, 2020, с. 6-10].

**Предмет исследования:** особенности восприятия креолизованного текста носителями русского языка младшего поколения.

**Материал для исследования:** демотиваторы (15), получено ответов (90) от 49 респондентов молодого поколения (29 респондентов: 12-14 лет, 20 респондентов: 22-23 года).

**Методы и приемы исследования:** анализ научной литературы, прием семантического дифференциала, описательный и сопоставительный методы.

**Теоретической базой исследования** послужили работы И.В. Вашуниной, А.Г. Сониной, Н.И. Жинкина, Л.В. Дубовицкой, Е.Н. Пищерской по проблемам изучения креолизованных текстов в широком контексте языкового и культурного взаимодействия (восприятие, практическое применение, аспекты изучения).

**Практическая значимость** исследования. Результаты ВКР могут быть использованы для разработки и подготовки лекций и семинаров для старшеклассников, специальных элективных курсов (по выбору) и тематических мероприятий по русскому языку: внеклассные занятия по лингвистике.

**Структура работы.** Работа состоит из введения, двух глав, заключения, приложения и списка литературы (50 источников).

## Глава I. Понятие креолизованного текста

### 1.1. Характеристика креолизованных текстов

Е. Е. Анисимова дает следующее определение креолизованного текста: «Креолизованный текст – это сложное текстовое образование, в котором вербальные и иконические элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное прагматическое воздействие на адресата» [Анисимова, 2003, с.17].

Ю.А. Сорокин так определяет текст с креолизацией: «Креолизованные тексты — это тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [Сорокин, 1990, с.180-181].

Называя текст «креолизованным», принято считать в его составе представлены разные знаковые системы, образующие неразрывное единство текста.

Креолизованные тексты становятся объектом пристального внимания ученых со второй половины XX века. Можно отметить работы Sauerbier (1978); Wock (1983); Л.М. Большаянова (1986); Л.В. Головина (1986); О.В. Пойманова (1997).

Исследования Ю.С. Чаплыгиной (2002) и Е.Е. Анисимовой (2003), которые стали ведущими в исследованиях XXI века. Работы Sauerbier (1978); Wock (1983); Л.М. Большаянова (1986); Л.В. Головина (1986); О.В. Пойманова (1997); Ю.С. Чаплыгина (2002); Е.Е. Анисимова (2003) получают дальнейшее развитие в трудах исследователей креолизованных / поликодовых текстов (И.М. Белякова, Л.С. Большаковой, Ю.В. Варламовой; Ю.О. Веревкиной, М.М. Донской, И.А. Кольцова, О.В. Овчинниковой, Т.Г. Орловой, П.А. Пименова, Т.Ф. Семьян, Н.В. Чумичевой, Л.Ф. Шарафутдиновой, М.Б. Шинкаренковой).

Креолизованный текст имеет ряд специфических характеристик, которые отличают его от однокодowego текста, данные особенности негомogeneous текста исследовала Ю.С. Чаплыгина (2002).

1. «Креолизованный текст имеет более сложную структуру, которая состоит из двух или более подструктур: вербальной и невербальной. Каждая подструктура имеет свои правила организации и связности, которые могут согласовываться или конфликтовать друг с другом» [Чаплыгина, 2002, с.2].

2.«Креолизованный текст имеет более высокий коммуникативный потенциал поскольку он может передавать больше информации за меньшее время и пространство, а также использовать разные каналы передачи информации» [Чаплыгина, 2002, с.2].

3. «Креолизованный текст имеет более сложную семиотику, поскольку он основан на разных типах знаков: иконических, индексальных и символических. Иконические знаки имитируют объекты (например, фотографии, рисунки, диаграммы), индексальные знаки указывают на объекты (например, указатели, стрелки, цветовые сигналы), символические знаки обозначают объекты по соглашению (например, слова, цифры, буквы)» [Чаплыгина, 2002,с.2].

4. «Креолизованный текст имеет более разнообразные функции, которые зависят от целей и задач коммуникаторов и адресатов. Креолизованный текст может выполнять информативную, познавательную, рекламную, художественную, развлекательную и другие функции. Он может также сочетать в себе несколько функций одновременно, что повышает его коммуникативную ценность и привлекательность» [Чаплыгина, 2002, с.2].

5. «Креолизованный текст имеет более высокие требования к компетенции коммуникаторов и адресатов. Для создания и восприятия креолизованного текста необходимо владеть не только языковой компетенцией (знанием лексики, грамматики и стилистики языка), но и паралингвистической компетенцией (знанием невербальных кодов и их соотношения с вербальными), а также лингвокультурологической компетенцией (знанием культурных особенностей коммуникантов и контекста общения)» [Чаплыгина, 2002,с.2].



Классификация креолизованных текстов Е.Е. Анисимовой является базовой для современных исследователей. Данная классификация основывается на характере связей между текстом и изображением. Е.Е. Анисимова вывела три категории вида креолизованных текстов, которые отличаются степенью креолизации текста и положением элементов в тексте:

1. «Текст с нулевой креолизацией». В таком тексте нет элементов креолизации, присутствуют компоненты одной семиотической системы: либо изображение, либо текст. В таком случае, например, графическое выделение текста в виде полужирного шрифта, курсива, подчеркивания и т.п. будет являться нулевым типом креолизации;
2. Частично креолизованный текст. В этом случае, изображение сопровождает текст, но текст является полностью самостоятельным и способным интерпретироваться без изображения без потери смысла. Хорошим примером являются фон на рабочем столе смартфона.
3. Полностью креолизованный текст. В таком тексте вербальная и невербальная составляющие образуют единое взаимозаменяемое целое. Подобные тексты становятся нечитаемыми в случае отсутствия изображения. В качестве примера приведем ситуацию замены слова иконическим символом: в рекламах или слоганах зачастую слово «люблю» заменяется иконическим изображением сердца. В случае удаления символа, текст понять будет невозможно» [Анисимова, 2003, с.4].

Креолизованные/поликодовые тексты исследователи классифицируют по разным критериям:

1. По типу происхождения выделяют два вида креолизованных текстов: естественные и искусственные (классификация Е.В.Зинченко 1997).

Для естественного типа КТ креолизация является неотъемлемым свойством, например, тембр голоса, громкость, интонация, данные особенности всегда входят в состав устной речи.

«Основным механизмом создания естественных КТ является синестезия (понимаемая как «возможное внутреннее слияние»), когда автор текста одушевляет образы своего сознания средствами разных модальностей, для наиболее полного выражения содержания сознания (цветной слух). Как естественные креолизованные тексты могут рассматриваться спонтанные устные высказывания и стандартные письменные тексты» [Зинченко, 1997, с.4].

«Также в состав естественных текстов могут входить эпифеномены – явления, которые сопровождают текст, но не являются образом сознания, например, тембр голоса, являющийся врожденной характеристикой человека, и не может подлежать изменению.

Таковыми же эпифеноменами являются индивидуальный почерк человека, некоторые естественные особенности мимики. Эти характеристики могут по-разному соотноситься с той «частью» КТ, которая создана на основе синестезии.

Эпифеномены являются характеристикой адресата, а не продукта речевой деятельности, человек соотносит данные ему природой свойства с содержанием / смыслом текста и приходит к выводу об их несовместимости, противоречии или противоположности» [Зинченко, 1997, с.4].

Искусственные креолизованные тексты создаются человеком специально, с какой-то целью (например, иллюстрирование вербального текста, создание песни / музыки к тексту). В естественных и искусственных видах креолизованных текстов мы имеем дело с разными формами функционирования языкового сознания.

Искусственные креолизованные тексты являются результатом процесса смешивания элементов различных языков с целью создания нового языкового кода. Такие тексты представляют собой метаязыковые конструкции, в которых осуществляется сочетание и трансформация лингвистических единиц из различных языков с целью создания уникальных высказываний.

Сущность искусственных креолизованных текстов заключается в эстетическом исследовании языка как средства выражения и воздействия на аудиторию. Применение креолизации в текстах является способом игры с

языковыми структурами, создания новых значений и ассоциаций, а также исследования возможностей языка как средства коммуникации.

Исследование искусственных креолизованных текстов с точки зрения науки позволяет расширить понимание языковой динамики, процессов контакта между языками, формирования новых языковых кодов. Анализ таких текстов позволяет выявить особенности языковой трансформации, влияние культурных факторов на развитие языка, а также дать новый взгляд на вопросы мультязычности и межкультурного взаимодействия [Зинченко, 1997,с.41].

2) По компонентному составу среди естественных КТ принято выделять тексты, которые содержат только обязательные компоненты например, характеристики голоса, интонации для устных текстов, эпифеномены, и тексты, которые имеют факультативные компоненты, например, жестикуляцию и мимику, что служит дополнением речи человека.

Обязательные компоненты формируют основу креолизованного текста, обеспечивая его языковую структуру и смысловое содержание. Факультативные компоненты могут варьироваться в зависимости от контекста и особенностей конкретного креолизованного текста, придавая ему дополнительные аспекты выразительности и эмоционального оттенка.

«Говоря о классификации креолизованных текстов, стоит заметить, что ученые не пришли к единому мнению. На данный момент общепризнанными являются такие тексты, как плакат и реклама, так как они наиболее изучены. Однако к числу креолизованных текстов можно отнести и карикатуры, демотиваторы, несмотря на то, что это мнение еще не устоялось в науке» [Зинченко, 1997,с. 45].

«Помимо этого, креолизованные тексты можно классифицировать по характеру связей, сформированной между речевым и изобразительным элементом. Таким образом, принято выделять эксплицитно-выраженные и эксплицитно-невыраженные тексты. К числу первых относятся такие тексты, в которых связь текста и изображения четко и явно прослеживается, в то время как во втором случае данная связь опосредованная и неявная» [Сонин, 2005, с.115].

Классификация А.Г. Сониной рассматривает роль изображения при передаче информации в креолизованном тексте.

- 1.Рецепционные тексты, в которых информация, передаваемая изображением, дублирует информацию, передаваемую текстом;
- 2.Оппозитивные тексты, которые часто используются для создания комического эффекта, так как в них происходит противоречие информации, передаваемой текстом и изображением;
- 3.Аддитивные тексты, в которых информация, передаваемая изображением, дополняет информацию, содержащуюся в тексте;
- 4.Выделительные тексты, в которых значительная роль в передаче информации отводится вербальной составляющей, но невербальная составляющая подчеркивает какой-то элемент;
- 5.Изобразительно-центрические тексты, которые являются обратными от выделительных, т.е. в таких текстах значительную часть информации передает именно невербальный компонент, в то время как вербальный выделяет один из элементов;
- 6.Интегративные тексты, в которых информация, передаваемая вербальным и невербальным способом, дополняет и уточняет друг друга [Сонин 2005: 115].

О. В. Пойманова приводит следующую классификацию креолизованных текстов:

- 1.«По характеру иконического компонента можно выделить статичный текст (плакат, листовка), двухмерный (видеовербальный текст в кино) и трехмерный (видеовербальный текст в театральной пьесе);
- 2.По характеру вербального компонента можно выделить устный текст (живая речь или запись этой речи) и письменный (рукописный или печатный);
- 3.По роли изображения и по соотношению объема информации, переданной различными знаками, можно выделить репетиционные (изображение в основном повторяет вербальный текст), аддитивные (изображение привносит дополнительную информацию), выделительные (изображение выделяет один из аспектов вербальной информации, которая превосходит иконическую по объему),

оппозитивные (противоречие между картинкой и вербальной частью), интегративные (изображение встроено в вербальный текст или наоборот), изобразительно-центрические (с ведущей ролью изображения)» [Пойманова, 1997, с. 9].

Д.Р. Мухутдинова использует критерий спаянности гетерогенных элементов КТ для выделения видов подачи большого объема информации:

1) вербальноцентрический, «ядром которого является собственно текст, осложненный мультимедийными средствами», т.е. это стандартная газетная/журнальная статья, представленная либо в печатном, либо в электронном издании;

2) медийноцентрический текст сосредоточен на иконическом изображении, например фотоподборка с вербальными описаниями;

3) интегративный текст принадлежит к категории КТ с полной креолизацией и может включать в себя не только фото и текст, но также видео и звук, переключение внимания между которыми является одним из авторских инструментов передачи смысла;

4) комплексный текст состоит из череды обособленных информативно значимых частей, совокупность которых направлена на актуализацию какой-либо проблемы, и обладает высокой степенью интерактивности и интертекстуальности [Мухутдинова, 2018, с. 29-30].

«Вместе с тем классификация видов креолизованного текста еще до конца не определилась в науке, так как их интенсивное использование в коммуникации приводит к возникновению новых видов. Несмотря на существующий исследовательский потенциал креолизованного текста, необходимо дальнейшее изучение данного феномена для установления функций и особенностей каждого вида таких текстов» [Маричев, 2022, с.11-12].

## 1.2. Креолизация текста

Интересной представляется позиция А.Е. Анисимовой, которая креолизированный текст определяет как «особый лингвовизуальный феномен, сложное образование текста, в котором невербальный и вербальный компоненты формируют и организуют одно структурное, визуальное, функционирующее и смысловое целое, которое обеспечивает его прагматическое воздействие на адресат» [Анисимова, 2017, с.17].

А. Е. Анисимова отмечает, что креолизированными следует называть только те тексты, «где доминантное поле образуют рисунки с помощью паралингвистических средств. Основными универсальными функциями изображения, которое служит средством визуальной коммуникации являются информативная, аттрактивная, эстетическая и экспрессивная функции» [Анисимова, 2017, с.20].

«Если аттрактивная ( от англ. attention – внимание) функция прослеживается в том, что она придает изображению свойство привлечения внимания адресата, а также принимает участие в организации визуального восприятия текста; информативная функция – способствует передаче определенной информации; экспрессивная функция – способствует выразить адресанту чувства и, таким образом, влиять на эмоции самого адресата; то эстетическая функция прослеживается в наглядных образах, где представлен художественный замысел художника» [Федоренко, 2018, с. 51].

Основными компонентами «классического» креолизированного текста является вербальная составляющая (вербальный текст, надпись / подпись) и визуальная, иконическая, невербальная составляющая, которая может быть представлена изображениями / иллюстрациями (фотографией, рисунком, карикатурой и др.), схемами, символическими изображениями, таблицами, формулами и т. д.

В зависимости от типа текста эти компоненты встречаются в разных сочетаниях. Наиболее распространенными моделями, по мнению А.Е. Анисимовой, являются:

1) иллюстрация + надпись / подпись (плакат, граффити, карикатура);

- 2) серия иллюстраций + сопровождающие их надписи / подписи (комикс, альбом);
- 3) вербальный текст + одно изображение / несколько изображений без сопроводительной надписи / подписи (листочка, значительная часть художественных текстов);
- 4) главный вербальный текст + одна иллюстрация / несколько иллюстраций и сопровождающие их надписи / подписи (газетно -публицистические, научные, научно-популярные тексты) [Анисимова, 2017, с.31].

А.В. Пойманов выделяет виды креолизированных текстов, учитывая объем информации, которую передают разные знаки, и роль изображения:

- 1) репетиционные – иллюстрация повторяет вербальный текст;
- 2) аддитивные – иллюстрация оказывает определенную дополнительную информацию;
- 3) выделительные – иллюстрация подчеркивает конкретный аспект вербальной информации, объем которой значительно больше;
- 4) оппозитивные – содержательная структура, переданная иллюстрацией, вступает в противоречии с вербальной информацией, вызывает комический эффект;
- 5) интегративные иллюстрация, встроенная в вербальный текст;
- 6) изобразительно – центричные – вербальная часть объясняет, конкретизирует изображение, которое занимает главное место в сообщении [Пойманов, 1997, с.31].

Д.П. Чигаев выделяет три основные модели создания креолизированных текстов:

- 1) вербальный текст + иллюстрация: вербальный текст подкреплён иллюстрацией;
- 2) иллюстрация + вербальный текст: иллюстративно – визуальные компоненты усиливаются с помощью сопроводительных вербальных компонентов;

3) вербальный текст = иллюстрация: вербальные и иллюстративно -визуальные составляющие выбирают специально для взаимодействия друг с другом [Чигаев, 2010, с.6].

«Креолизированные тексты отличаются своей негомогенностью – сочетанием вербальной и невербальной частей, семантически, структурно и прагматично связанных между собой. Эти средства имеют особую роль, поскольку они помогают сформировать как план выражения, так и план содержания текста. Будучи носителем конкретной информации, невербальные средства пытаются привлечь внимание адресата, а полная экспликация информации из текста становится невозможной без восприятия» [Чигаев, 2010, с. 8].

«Уровень интегрированности всех иллюстративных и визуальных средств, так же как и других знаковых образований, является очень высоким в едином текстуальном пространстве печатных и электронных изданий» [Чигаев, 2010, с.162]. Это приводит к тому, что «изображение уже не просто иллюстрирует вербальный текст, а включается в семантику».

«Можно сказать, что «вербальная коммуникация как целенаправленная лингвопсихоментальная деятельность адресанта и адресата в процессе информационного обмена» также тесно взаимосвязана с невербальными знаками, которые в синтезе с вербальными способствуют адекватному и полному пониманию в общении» [Чигаев, 2010, с.14].

Учитывая то, что параграфемные элементы «передают общее настроение или атмосферу и контролируют наше восприятие изображаемого », можно утверждать, что они, прежде всего, осуществляют эстетическое воздействие на адресата. Именно поэтому неотделимость вербального и невербального элементов как на структурном, так и на семантическом уровне является особенностью креолизированных текстов.

По мнению Д.П. Чигаева, креолизированные тексты нужно рассматривать на трех языковых уровнях – лексическом, синтаксическом и композиционном, которые вместе создают определенный прагматический эффект. Лексический



уровень анализа предполагает исследование специфики употребления лексики, направленной на создание положительного / отрицательного образа объекта.

Синтаксический уровень анализа предполагает выделение особенностей употребления предложений, синтаксических конструкций в креолизированных текстах. А композиционный анализ заключается в определении прагматической силы, которая обеспечивает сочетание малоформатного текста с изображением.

Кроме того, взаимосвязь компонентов на композиционном уровне предполагает соотношение изображения со словом, предложением, абзацем с учетом хронологии подачи информации [Чигаев, 2010, с. 239].

Г.Н. Тельминов, в свою очередь, отмечает, что «взаимодействие на уровне содержания является не менее важным, поскольку оно предполагает наличие семантического взаимодействия между негомогенными компонентами текста: знаки вербального и визуального кодов обозначают одни и те же объекты или различные объекты, которые связаны тематически или ассоциативно» [Тельминов, 2009, с. 300].

«Креолизированные тексты адресованы такому читателю, который быстро воспринимает необходимую ему информацию, а при чтении ссылается на яркие и запоминающиеся элементы. Этот тип реципиента комплексно воспринимает средства различных кодов и в процессе восприятия способен осуществлять операции синтеза» [Тельминов, 2009, с. 300].

В частности, это прослеживается в различных логотипах компаний, предприятий и пр., то есть изобразительный ряд имеет познавательное назначения. «Это такая составляющая текста, без которого сам текст теряет свою познавательную суть, свою текстуальность: визуальные элементы – смысловые компоненты текста, которые передают его основное содержание» [Тельминов, 2009, с. 300].

Характерная особенность любого письменного текста – гарнитура и размер шрифта, цвет, использование математических и пунктуационных знаков, а также других паралингвистических средств. В частности, Д.П. Чигаев подчеркивает, что «в современном обществе ключевая роль принадлежит шрифтовому

символизму – условной взаимосвязи между шрифтовым оформлением текста и его коннотативного оттенка» [Чигаев, 2010, с. 33].

Эффективное средство привлечения внимания адресата – использование выразительных функций шрифта, которые делятся на две группы: топографемику (механизмы варьирования площадной синтагматики текста) и супраграфемику (изменение гарнитуры шрифта) [Чигаев, 2010, с.17].

«Средствами выразительности топографемики являются: выделения слов / букв, выделение курсивом, полужирным шрифтом, подчеркивание, зачеркивание, разрядка, уплотнения, пространственное расположение текста и т. п. Выделение лексем курсивом, полужирным / жирным шрифтом или написанные большими буквами для привлечение внимания, могут выполнять как денотативную, так и коннотативную функцию.

Использование подобных возможностей шрифта предоставляет информативному тексту зрительную выразительность, способствует процессу упрощения восприятия его содержания. Легкое чтение обеспечивает качественное восприятие информации и ее запоминания. Поскольку шрифт – важный механизм памяти культуры, его правильный выбор может усилить образное восприятие информации» [Чигаев, 2010, с.11].

Выразительные возможности супраграфемики являются более разнообразными в связи с тем, что гарнитура шрифта является одним из основных семиотических кодов креолизованного текста, таким образом, на первом этапе восприятия текста правильно подобранная гарнитура и начертание шрифта могут вызвать у адресата догадки о содержании информации.

Принято выделять такие функции шрифта:

- 1.Аттрактивную;
- 2.Содержательную;
- 3.Экспрессивную;
- 4.характерологическую (функция стилизации);
- 5.символическую;
- 6.сатирическую;

7.эстетическую;

8.функцию мимикрии [Ворошилова, 2007, с.17-19].

«Например, различные текстуры, которые применяют в работе со шрифтами, могут вызвать у пользователя определенные ассоциации. Употребление в креолизированных текстах различных знаков препинания также способствует выполнению ряда функций, а именно: прагматическую, экспрессивную и развлекательную. Для того чтобы сообщение было понятнее, его значение часто передают знаками препинания. Среди специфических особенностей пунктуации стоит акцентировать внимание на том, что восклицательный знак способен выполнять функцию сигнала и привлечения внимания» [Чигаев, 2010, с.15].

Согласно Р. Барту, именно «цвет способствует мгновенной активизации совокупности знаний и опыта индивида, позволяет обеспечить четкость и целостность композиции, задает определенный ритм прочтения текста. Цвет играет основную роль, поскольку он убедительно влияет на подсознательном уровне, служит средством распределения информации, обеспечивает привлечение внимания аудитории и акцентирование важной информации» [Барт, 1989, с.515].

Таким образом, рост роли визуальной информации, ее органическое сочетание с вербальным текстом открывает новые горизонты для оказания влияния на потенциального адресата. Интеграция различных семиотических систем (текста, изображения, графических элементов, знаков препинания и т. д.) делает креативное представление любой донесенной информации, и выделяет ее из ряда подобных при восприятии аудиторией.

Таким образом, использование креолизированных текстов как способа донесения информации, обусловлено тем, что жизни современного человека свойственна многополюсность, мультикультуральность ценностей, интересов, виртуализация и креолизация социального пространства, внедрение информационно-коммуникационных технологий.

### 1.3. Особенности восприятия креолизованных текстов

«Креолизованный текст – это знаковое образование – текст, состоящий из вербальной и невербальной (изображение) частей: речевой цепи и изображения предмета, описанного в этой речевой цепи. Его содержание отображено языковыми знаками в письменной форме (графемами) и неязыковыми (иконическими) знаками в виде изображений предметов» [Сорокин 1990: 180].

КТ как и любой текст – это синтез речевых действий, при помощи которых сотрудничающие друг с другом субъекты речевого общения, управляют поведением своего оппонента для:

- 1) организации общения, которое они совершают с определенной целью;
- 2) организации совместной деятельности, являющейся активностью по непосредственному удовлетворению потребностей каждого.

«Можно сказать, что жизнь человека прежде всего – это совместная деятельность с другими членами социума или общение с ними с целью организации деятельности» [Вашунина, 2020, с. 3-10].

На восприятие КТ влияют характеристики содержательной и формальной сторон его составляющих (вербальной и визуальной). При оценке реципиентами КТ в ходе эксперимента тексты рассматриваются по следующим параметрам:

«Содержательная сторона вербального текста, в который входят:

- а) объект описания;
- б) сюжет.

Формальная сторона вербального текста, к которой относятся стиль текста и его лингвистические особенности.

Содержательной стороной изображения, в которую входят:

- а) объект изображения;
- б) сюжет.

Формальная сторона изображения, к которой относятся стиль изображения и его формальные особенности. Все эти параметры могут в различной степени

соответствовать один другому, иметь разный «удельный вес» в конструировании общего смысла КТ» [Сонин, 2005, с.115].

«Иными словами, деятельность как инструмент познания придает познанным предметам не только объективное значение, но и субъективный смысл.

Исходя из понимания тесной связи деятельности как формы познавательной активности с результатами познания, можно сделать вывод, что анализ смыслового восприятия может быть адекватным только в том случае, если мы будем полагать, что это восприятие текстов осуществляется в структуре как в исходной форме любой деятельности» [Леонтьев, 2012, с. 62].

«Креолизованный текст – это текст, состоящий из вербальных и невербальных знаков, главное различие этих знаков в степени «схожести»: невербальные знаки – это знаки – копии, аналоговым способом отображающие объекты, а вербальные знаки – это условные культурные предметы, не имеющие никакого подобия с отражаемыми объектами» [Кудин, 1987, с. 35].

Из исследований по восприятию плаката известно, что произвольное внимание наблюдателя в первую очередь привлекают иконические знаки (изображения) [Кудин, 1987, с. 35].

«Воспринимаемое изображение фиксируется на сетчатке глаза в виде сенсорного отклика, которая обрабатывается (сравнивается) при помощи сенсорных рецепторов, затем опознанный объект обрабатывается при помощи перцептивных рецепторов, в роли которых выступают образы воспоминания, сформированные ранее субъектом восприятия и хранящиеся сейчас в его сознании» [Жинкин, 1982, с. 250].

Есть основание полагать, что в трудных случаях восприятия перцептивным образом может быть слово, называющее ассоциации по воспринимаемому объекту. Восприятие вербальной части может быть описано по той же схеме, хотя оно имеет более сложный характер. Письменные (как и устные) языковые знаки воспринимаются сперва как обычные культурные

предметы (т. е. предметы, изготовленные людьми), проходя опознание на сенсорном и перцептивном этапах.

Только после опознания тела языкового знака, т. е. его субстанции, реципиент речевого сообщения, в структуре которого осуществляется восприятие знака, может вызвать из своего сознания образы, ассоциированные с опознанным телом языкового знака. Это происходит, естественно, лишь в тех случаях, когда такая ассоциация хранится в сознании реципиента. В случае, если такая ассоциация существует в сознании реципиента в форме значительного образа сознания, то этот образ вступает в отношения подобия или оппозиции с ранее воспринятым знаком, существующим в составе КТ [Вашунина, 2020, с. 7-10].

«Вербальная и невербальная части креолизованного текста воспринимаются одновременно: по крайней мере это касается восприятие плаката, где исследование путем айтрекинга (координаты взора) показал, что взгляд наблюдателя многократно скользит по плакату, переходя от ярких фрагментов к менее ярким» [Кудин, 1987, с.35].

Таким образом, можно сделать вывод, что на восприятие оказывает важную роль цвет иконического изображения, за исключением людей с дефектами зрительного восприятия. Второстепенная роль у текста, но с этим связана и некоторая особенность «клипового мышления», где человек в силу яркости изображения охотнее считывает информацию с рисунка, тогда могут возникнуть сложности с восприятием текстового содержания, так как короткий слоган или картинка воспринимаются намного быстрее, чем абзац текста.

#### **1.4. Выводы по первой главе**

Под креолизованным текстом понимается «семиотически осложненное слияние двух частей: вербальная и невербальная составляющие, которые связаны на концептуальном, содержательном и композиционном уровнях» [Ломоносова, 2018, с. 2].

В настоящее время существует несколько классификаций, которые частично повторяют и дополняют друг друга по различным параметрам: строение, тип вербальной и невербальной составляющих, функции и т. д. (Е.Г.Зинченко (1997), О.В. Пойманова (1997), Е.Е. Анисимова (2002), Е.С.Чаплыгина (2003), А.Г.Сонин (2012), Д.Р. Мухутдинова (2018)).

Далее были рассмотрены особенности, по которым текст креолизуется, а также связь вербальной составляющей и иконического (невербального) элемента (Е.Е. Анисимова, О.В. Пойманова, Д.П. Чигаев).

Поскольку невербальный компонент не всегда присутствует в искусственно креолизованном тексте, Д.П. Чигаев рассматривает также ресурсы шрифта и в целом текста как часть креолизованного текста (супрографемика, топографемика, метаграфемика, синграфемика).

Р. Барт исследует влияние цвета в иконическом элементе креолизованного текста, таким образом, рост роли визуальной информации, ее органическое сочетание с вербальным текстом открывает возможности для оказания влияния на потенциального адресата. Интеграция различных семиотических систем (текста, изображения, графических элементов, знаков препинания и т. д.) делает представление любой донесенной информации верной, и выделяет ее из ряда подобных при восприятии аудиторией.

Изучение особенностей восприятия креолизованных текстов позволяет сделать вывод, что произвольное внимание потенциального респондента в первую очередь привлекают иконические элементы, но в зависимости от подбора невербального составляющего результат может быть другим.

Так, вербальная и невербальная части креолизованного текста воспринимаются одновременно: по крайней мере, это касается восприятия плаката, но при эксперименте, проведенном на печатном тексте, где вспомогательным элементов выступал размер, цвет шрифта был получен результат путем айтрекинга, можно говорить, что при восприятии в первую очередь мы обращаем внимание на яркие «броские глазу» элементы [Кудин, 1987, с. 10].

## **Глава II. Психолингвистический эксперимент: методический аспект**

### **2.1. Психолингвистический эксперимент: «креолизованный текст»**

В выпускной квалификационной работе психолингвистический эксперимент используется для исследования особенностей восприятия креолизованного текста. Данный эксперимент, как особенность русской языковой картины мира, отражает восприятие людей и их особенности восприятия негомогенных текстов и играет немаловажную роль в образовательном процессе на различных уровнях обучения.

В данной работе представлен выполненный автором психолингвистический эксперимент. Эксперимент призван выявить специфику восприятия креолизованного текста носителями русского языка младшего поколения (12-30 лет). Для выявления особенностей восприятия используется метод семантического дифференциала.

В эксперименте введены шкалы для обозначения, по которым испытуемые должны были оценивать их. Экспериментально решается задача выявления степени успешности воздействия креолизации на реципиентов молодого поколения.

Группа испытуемых: (49 чел.) 20 человек с неоконченным филологическим образованием в возрасте от 20 лет, 29 чел. В возрасте от 12 лет. Данная возрастная категория выбрана поскольку респондты являются основной целевой аудиторией сети интернет.

29 человек обучающихся 5 класса в МОУСОШ №240 г. Борзя в период с 14.11.23 г.

20 человек обучающихся в КГПУ им. В.П.Астафьева г. Красноярска в период с 15.12.23 г.

Ход проведения эксперимента: Испытуемые должны были оценить фрагменты с креолизацией текста, репрезентирующие правила русского языка



(правописание наречий, слитное и раздельное написание предлогов), по 4-ти бальным шкалам: эффективная – неэффективная, приятная – отталкивающая, запоминающаяся – незапоминающаяся, информативная – малоинформативная.

Испытуемым предлагалась следующая инструкция: «Перед вами изображения из сети Интернет от художника Анны Беловицкой. Ваша задача, прочитав эти формулировки, оценить их по представленным шкалам от 1 до 4 («4» – однозначно эффективная/ приятная/ запоминающаяся/ информативная; «1» – скорее отталкивающая / и т. д., чем навязчивая; «0» – нейтральная; «2» – эффективная, чем неэффективная / и т. д.; «3» – результативная /.../ информативная). Вы должны выбрать ТОЛЬКО ОДИН вариант ответа, который вам кажется адекватно и полно отражающим Ваши впечатления от изображения».

Объект данного исследования, имеющего непосредственное отношение к психолингвистической проблематике: креолизованный текст на примере демотиваторов.

Материалом для ВКР послужил «креолизованный текст в демотивационных иконических изображениях», созданные для стимуляции настроения реципиентов за 2017–2022 год.

«Одним из видов креолизованного текста в сфере образования является демотиватор – сообщение, состоящее из иконического изображения, текста - слогана белого или иных цветов под этим изображением и текста, набранного другим размером шрифта (также белого или другого), чем слоган, поясняющего идею подробнее» [Лутовинова, 2016,с.1].

Впервые демотиваторы появились в США как отклик на наглядную агитацию школьников и студентов с помощью мотивационных постеров, представлявших собой плакаты, которые были призваны побудить обучаемых к успешной учебе.

Однако мотивационные плакаты зачастую были скучны и банальны и мотивировали интернет -пользователей более к пародированию, чем к стремлению следовать пропагандируемым ценностям. В связи с этим среди

американских школьников и студентов «широко распространилась практика их пародирования, обычно заключающаяся в составлении постеров по такому же стандарту, но вызывающих вместо положительных эмоций отчаяние, уныние и грусть.

Подобные пародии и получили название демотивационных постеров». Популяризации демотиваторов, а также выходу за пределы англоязычного социума способствовала компания Despair Inc., которая с 1998 г. занялась созданием пародий на мотивационные плакаты.

В данном исследовании демотиватором послужили изображения «Правила русского языка в котях» от художника Анны Беловицкой ([dalwen](https://dalwen.ru/)) (ссылка: <https://kotogramota.ru/>), иллюстрации которой помогут легко запомнить некоторые правила русского языка.

Как было сказано выше иконический компонент в креолизованном тексте несет большую функциональную нагрузку, однако его роль в разных типах креолизованного текста неодинакова.

«В текстах с частичной креолизацией между вербальными и изобразительными компонентами складываются автосемантические отношения: изобразительный компонент является факультативным элементом организации текста, а вербальная часть вследствие этого сравнительно автономна. В текстах с полной креолизацией имеют место синсемантические отношения между его частями, так как вербальная часть не может существовать в отрыве от изобразительной» [Сонин, 2005, с. 115].

В данных демотиваторах основная идея эксплицируется в вербальном компоненте, а иконический компонент связывается с вербальной частью при помощи денотативной связи.

Для участников эксперимента, активно использующих сеть «Интернет» демотиваторы выполняют эмоционально–экспрессивную функцию.

Если предложить обучающимся создать собственный демотиватор, помимо эмоционально – экспрессивной и выполняют когнитивную и идеологическую функции.

Для верификации предположения о считываемости основных приемов речевого воздействия на носителем русского языка был использован метод семантического дифференциала.

Цель: выявить степень считываемости приемов воздействия, используемых в демотивационных изображениях, и характер их восприятия потенциальным адресатом.

Гипотеза данного эксперимента основывалась на следующих предположениях:

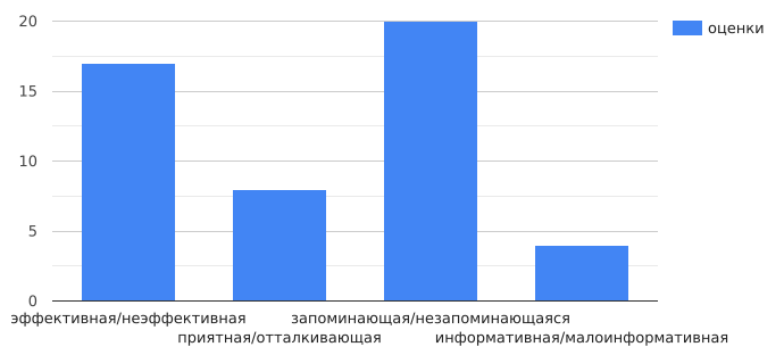
1. человек (молодого поколения) первым делом обратит внимание на изображение, в силу «клипового мышления»;
2. многие изображения представленных фрагментов будут оценены испытуемыми как навязчивые и запоминающиеся.

Стимульным материалом для эксперимента послужили 15 фрагментов, которые иллюстрируют правила русского языка, например «Слитное/раздельное написание предлогов», «правописание приставок «з» и «с» в глаголах» и т. д.



В ходе тестирования были получены следующие результаты.

№1 (прил. 2)



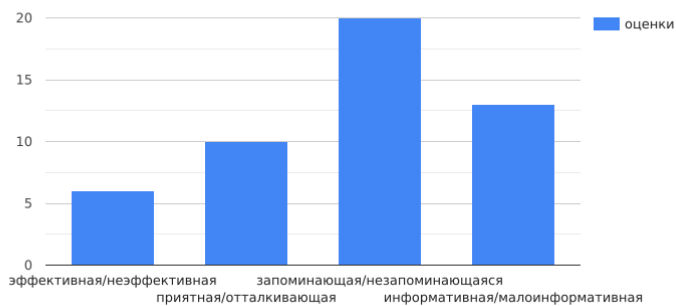
16 – эффективная

8 – скорее неотталкивающая

20 – запоминающаяся

5 – информативная

№2 (прил. 3)



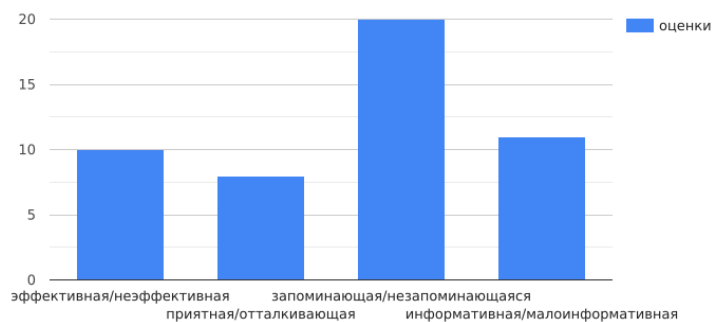
6 – скорее эффективная

10 – приятная

20 – запоминающаяся

13 – скорее информативная

№3 (прил. 4)



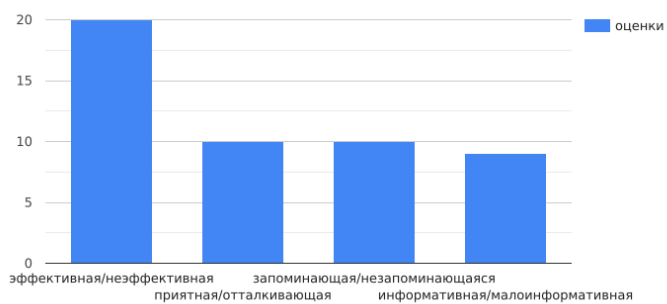
10 – эффективная

8 – скорее неотталкивающая

20 – запоминающаяся

11 – информативная

№4(прил. 5)



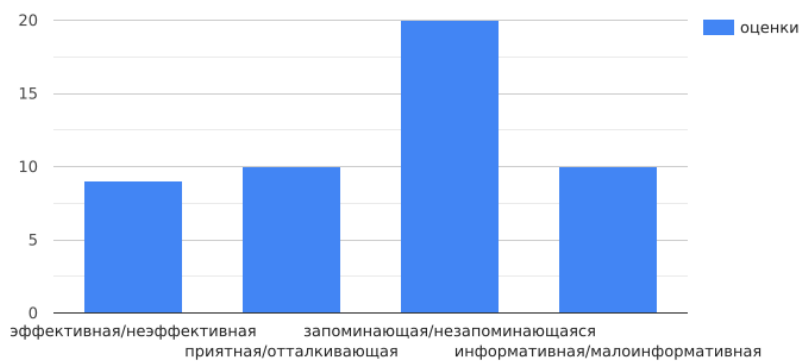
20 – скорее эффективная

10 – приятная

10 – запоминающаяся

9 – скорее информативная

№5 (прил. 6)



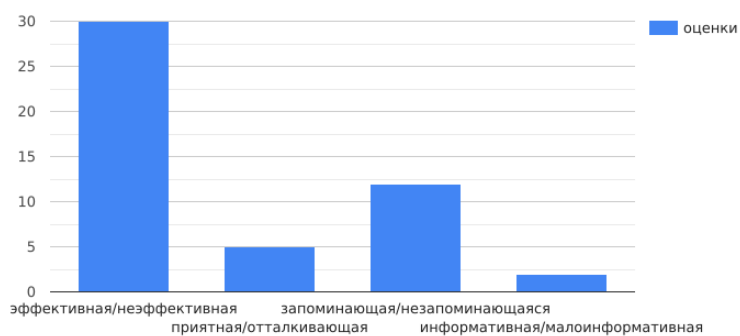
9 – скорее эффективная

10 – приятная

20 – запоминающаяся

10 – скорее информативная

№6 (прил. 7)



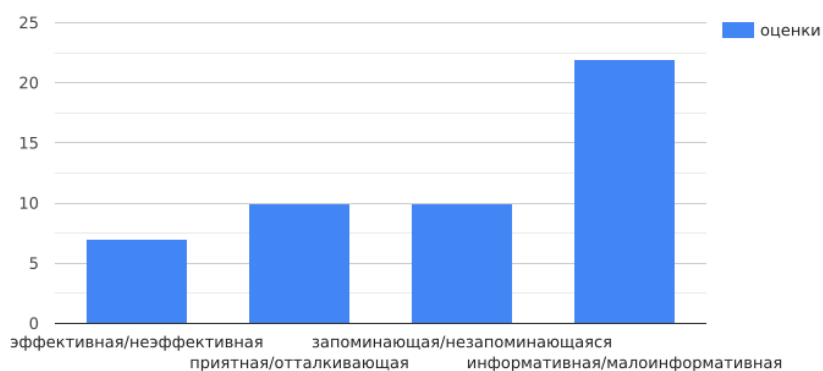
30 – скорее эффективная

5 – приятная

12 – запоминающаяся

2 – скорее информативная

№7 (прил. 8)



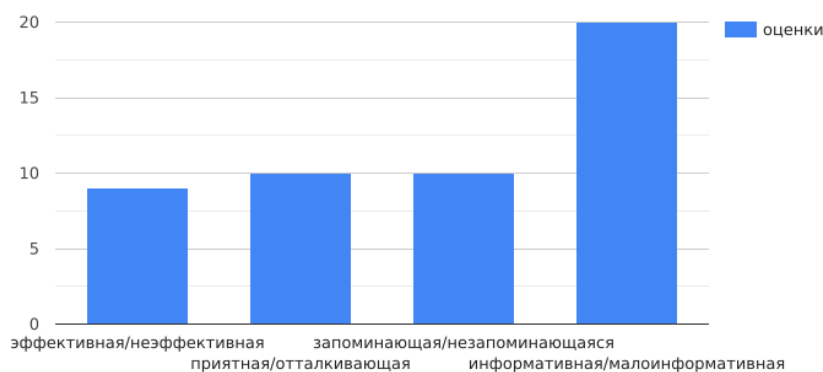
7– скорее эффективная

10 – приятная

10 – запоминающаяся

22 – скорее информативная

№8 (прил. 9)



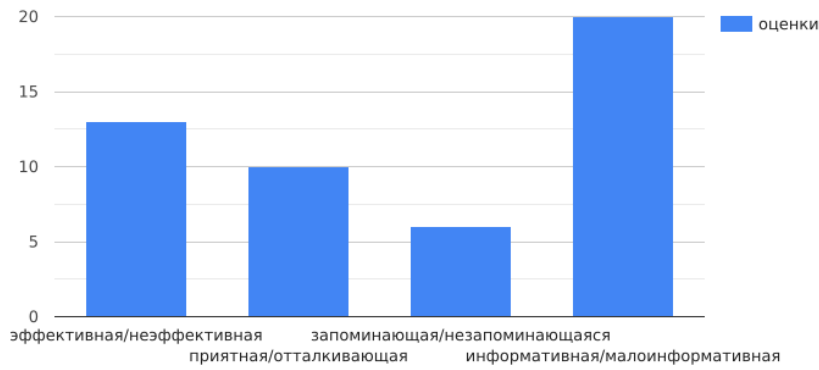
9 – скорее эффективная

10 – приятная

10– запоминающаяся

20 – скорее информативная

№9 (прил. 10)



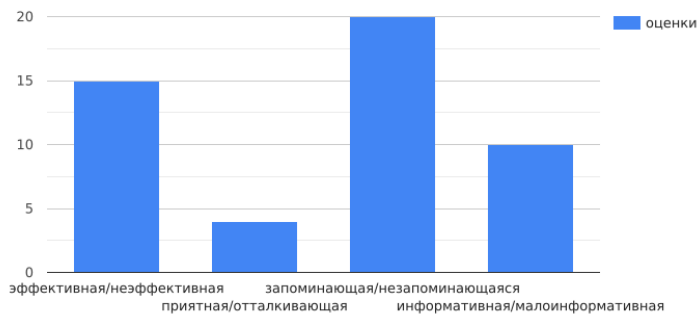
13 – скорее эффективная

10 – приятная

6 – запоминающаяся

20 – скорее информативная

№10 (прил. 11)



15 – скорее эффективная

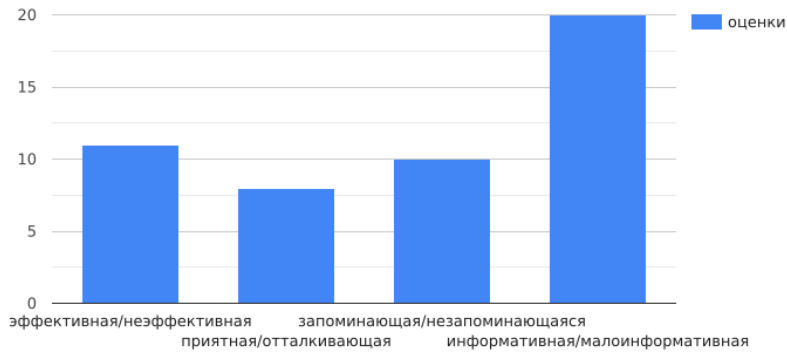
4 – приятная

20 – запоминающаяся

10 – скорее информативная

№11 (прил. 12)





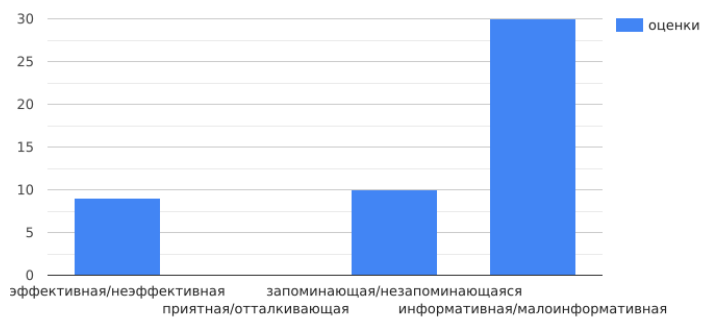
11 – скорее эффективная

8 – приятная

10 – запоминающаяся

20 – скорее информативная

№12 (прил. 13)



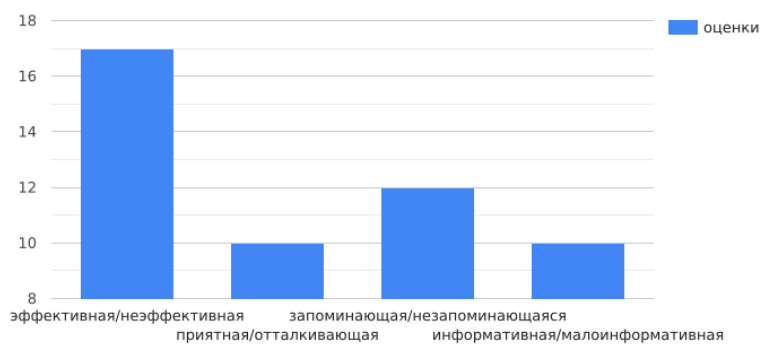
9 – скорее эффективная

0 – приятная

10 – запоминающаяся

30 – скорее информативная

№13 (прил. 14)



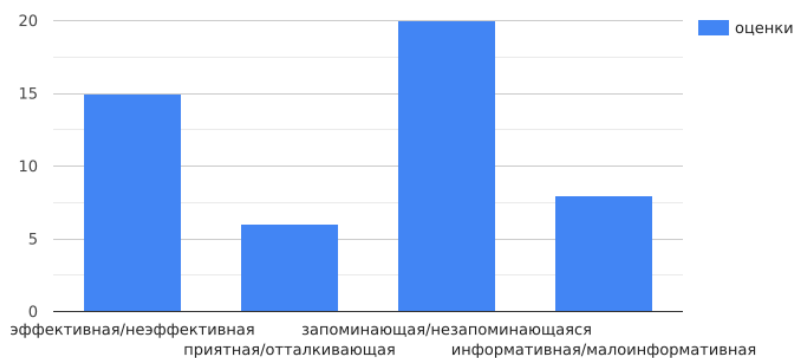
17 – скорее эффективная

10 – приятная

12 – запоминающаяся

10 – скорее информативная

№14 (прил. 15)



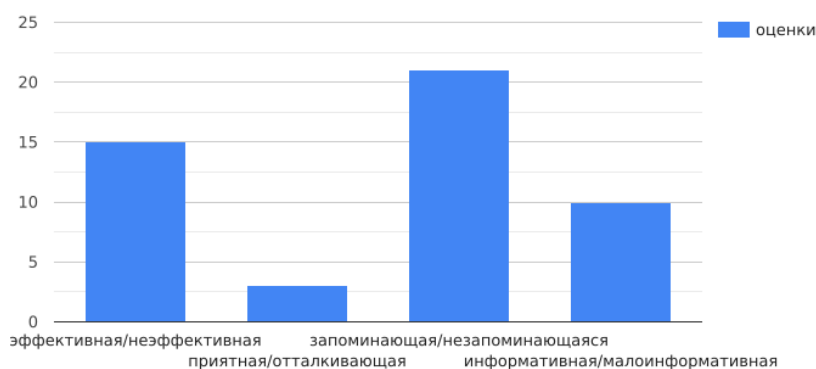
15 – скорее эффективная

6 – приятная

20 – запоминающаяся

8 – скорее информативная

№15 (прил. 16)



15– скорее эффективная

3– приятная

21 – запоминающаяся

10 – скорее информативная

Приемы оценивания шкал были оценены испытуемыми как эффективные и запоминающиеся, что позволяет сделать вывод о том, что носитель русского языка молодого поколения практически не считывает приемы текстового содержания, но при этом легче считывает информацию с изображения.

Стоит отметить, что в данных изображениях в отличие от изображений, приведенных в УМК по русскому языку за 5 классы информативное содержание идет на иконическое изображение, нежели на текстовую информацию.

Текст в данном случае служит дополнением изображения и поясняет его, а в УМК изображение выполняет роль дополнения текстовой информации. В учебниках по русскому языку иконическое изображение помимо дополнения, создано вызывать положительный настрой от прочтения, изображения приведенные в исследовании, в свою очередь, сначала вызывают положительные эмоции и настраивают на изучение информации.

Прием демотивации участниками эксперимента был воспринят как скорее приятный. Полученные результаты показывают, что потенциальный адресат

подсознательно ощущает приемы воздействия и активнее запоминает правила, использованные в изображении.

Так, экспериментально было определено, что используемые приемы трудно считаются основной целевой группой демотиваторов (людьми в возрасте от 12 лет, так как у обучающихся не было опыта работы с рисунками).

При проведении эксперимента с группой людей (от 20 лет) изображения были восприняты как эффективные, что подтверждает гипотезу о том, что человек охотнее считывает информацию с изображения.

На протяжении последних десятилетий психолингвистический эксперимент зарекомендовал себя с лучшей стороны как исследовательская процедура языкового материала [Акимова, 2012, с. 36] и как методический прием в обучении в средней школе [Абрамова, 2013, с. 40].

## **2.2. Методика использования психолингвистического эксперимента в школе**

Специфика психолингвистики как междисциплинарной науки в первую очередь определяется широким многоцелевым применением разнообразных экспериментальных методов и техник. В

Р.М. Фрумкина в своих работах по экспериментальной психолингвистике утверждает, что «в большинстве наук о человеке эксперимент – лишь один из способов получения знания», в классическом языкознании на первый план выходят наблюдение и интроспекция, однако «в психолингвистике, для которой эталоном остается современная экспериментальная психология, эксперимент считается доминирующим методом» [Фрумкина, 2004, с. 19].

Е.В. Акимова Н.С. Абрамова считают, что креолизованный текст в образовании выполняет следующие функции:

1) информационная функция. Креолизованный текст сообщает вербально - визуальной образной форме лингвокультурную информацию о том или ином событии или явлении; указать в образовании

2) коммуникативная функция состоит в том, что креолизованный текст становится средством, с помощью которого может создаваться диалог с читателем. То есть, читатель смотрит на картинку, анализирует ее и понимает главную мысль, которую хотел донести автор;

3) образовательная функция. С помощью креолизованного текста у обучающихся будет сформирована система знаний, касаясь данного вида текста.

4) воспитательная функция, которая предполагает формирование определенных норм и убеждений, позитивных чувств и нравственных ценностей;

5) контролирующая функция. Она может быть реализована при проверке знаний и умений учащихся, при проведении контрольных и самостоятельных работ;

6) функция активизации познавательной деятельности учащихся. Стоит отметить, что главным плюсом использования креолизованных текстов в процессе обучения является то, что он может помочь задействовать не только эмоциональную сторону учащегося, но и логическую.

На уроках русского языка в старших классах психолингвистический эксперимент может быть использован для следующих целей:

1) Диагностика уровня языковой компетенции школьников;

2) Работа по профилактике речевых ошибок в устном высказывании обучающихся;

3) Формирование текстовой компетенции.

«Экспериментальные методики позволяют обучающимся при подготовке собственных научных работ (например, научных статей, докладов на конференциях) реализовать некоторый исследовательский потенциал, расширить свой лингвистический кругозор, применив теоретические знания, полученные ими при изучении курса русского языка» [Брюханова, 2014, с. 123].

Таким образом, использование экспериментальных методик в собственной научно – исследовательской деятельности обучающихся делает возможным усвоение ими и фундаментальных, и прикладных знаний по специальности или направлению, а также способствует их научному росту в период обучения в школе.

## **2.3 Элективный курс (по выбору)**

### **«Психолингвистические эксперименты» в школе**

#### **Пояснительная записка**

Программа курса по выбору рассчитана на учеников 10-11 классов общеобразовательных школ, обучающихся на углубленном уровне по русскому языку.

Курс ориентирован на то, чтобы посредством знакомства с психолингвистическими экспериментами повысить интерес обучающихся к научной деятельности. Данный курс дает учащимся возможность познакомиться обучающимся с предметом психолингвистика непредставленными в школьной программе. Таким образом, у старшеклассников расширяется кругозор. Данный курс включает в себя знакомство с психолингвистикой, ее экспериментами, благодаря чему обучающиеся получают возможность повысить навык выступлений на научных конференциях.

**Цель курса:** сформировать умения выполнения языкового эксперимента и составление результатов, посредством эксперимента.

**Задачи курса:**

1. Формирование умений исследовать, комментировать, анализировать и интерпретировать результаты экспериментов;
2. Развитие эмоционального восприятия предмета психолингвистики;
3. Формирование потребности в самостоятельном исследовании;
4. Развитие устной и письменной речи обучающихся, формирование навыков публичных выступлений.

На занятиях курса по выбору предпочтительны формы работы, располагающие обучающихся к дискуссии и обсуждению прочитанного: уроки-размышления, семинары, практикумы. Форма контроля – защита исследовательских работ на тему сопоставления выбранных экспериментов, организованная в формате круглого стола.

Предполагается использование элементов таких образовательных технологий, как ИКТ, технология проблемного обучения, групповая технология. Курс рассчитан на 17 часов (полугодие), 1 час в неделю.

### **Планируемые результаты**

В ходе изучения курса обучающимися старших классов должны быть достигнуты следующие результаты:

1. Личностные: способность оценивать ситуацию, в том числе представленную в ходе экспериментов, и принимать осознанные решения, ориентируясь на морально-нравственные нормы и ценности, личный опыт, характеризуя результаты исследований; осознание ценности научной деятельности, готовность осуществлять проектную и исследовательскую деятельность индивидуально и в группе, в том числе на лингвистические темы;

2. Метапредметные:

2.1. Познавательные УУД: устанавливать существенный признак или основания для сопоставления результатов исследований, классификации и обобщения фактов; формировать научный тип мышления, владеть научной терминологией, ключевыми понятиями и методами современной психолингвистики;

2.2. Регулятивные УУД: владеть навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований, использовать приёмы рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения;

2.3. Совместная деятельность: понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы на уроке и во внеурочной деятельности по русскому языку;

3. Предметные: сформированность умений определять и учитывать историко-культурный контекст в процессе анализа результатов эксперимента, выявлять связь между ними; способность поддерживать и участвовать в

дискуссии на лингвистические темы; владение умениями анализа и интерпретации результатов эксперимента и использование терминов и понятий.

### Содержание тем учебного курса:

#### 1. Введение в курс (2 ч.)

Знакомство с содержанием курса. Определение понятий «психолингвистика», «психолингвистический эксперимент». Презентация результатов своих исследований.

Рекомендуемый формат – интерактивная лекция или беседа.

#### 2. «О психолингвистических экспериментах». Анализ одного из экспериментов (Журнал «Вопросы психолингвистики»):

1. Цель (1 ч.);
2. Комплекс исследований (1 ч.)

Рекомендуемые форматы – урок – размышление.

#### 3. «Выбор собственного эксперимента», сбор данных по следующим аспектам:

1. Участники (1 ч.)
2. Цели и предполагаемые результаты (1 ч.)

Рекомендуемые форматы – урок – размышление, практикум. Возможно индивидуальное выступление старшеклассника с докладом «Психолингвистика».

#### 4. Подготовка к защите исследовательских работ по теме «Психолингвистический эксперимент», составление плана работы, консультация с учителем и написание работы (2 ч.);

#### 5. Презентация и защита исследовательских работ (2 ч.);

#### 6. Подведение итогов, рефлексия (1 ч.).

### Тематическое планирование курса

	Тема	Количество во часов	Дата



1	«Введение в курс».	2	1-2 недели
2	«Психолингвистика».	2	3-4 недели
3	«Психолингвистический эксперимент».	3	5-7 недели
4	Подготовка к защите исследовательских работ по теме «Психолингвистический эксперимент».	3	8-10 недели
5	Презентация и защита исследовательских работ.	2	11-12 недели
6	Подведение итогов, рефлексия.	2	13-14 недели
7	Презентация и защита исследовательских работ.	2	15-16 неделя
8	Подведение итогов, рефлексия.	1	17 неделя

Помимо вышеперечисленных заданий, учителем могут быть предложены для изучения и обсуждения на занятиях, а также для написания исследовательской работы и другие варианты экспериментов.

Благодаря подборкам тем, размещенным и регулярно обновляемым на официальных сайтах «Психолингвистика в школе », учитель русского языка литературы без труда сможет предложить ученикам и другие варианты.

Далее был разработан элективный курс по изучению психолингвистического эксперимента в школе. Суть курса в следующем: сначала учащиеся знакомятся с разделом лингвистики - психолингвистикой, рассматривают психолингвистические эксперименты, после предлагается провести собственный эксперимент и результаты его представить в виде работы

Основные выводы, которые сделаны по итогам работы, таковы: Использование психолингвистических экспериментов при обучении русскому языку в старших классах является эффективным средством формирования навыков исследования и устного выступления. Благодаря проделанной работе, происходит активное запоминание учебного материала.

Более того, уровень мотивации учащихся также растет. Таким образом, цель исследования – выявить и обосновать эффективность применения психолингвистического эксперимента на уроках русского языка как средство формирования исследовательских навыков – достигнута.

Таким образом, использование психолингвистического экспериментов при обучении русскому языку в старших классах является эффективным средством формирования навыков исследования и устного выступления. Благодаря проделанной работе, происходит активное запоминание учебного материала, а опрос респондентов поможет сформировать коммуникативные навыки.

## **2.4 Выводы по второй главе**

Психолингвистический эксперимент показал, что при восприятии креолизованного текста, на примере 15 демотиваторов, первое на что обратили внимание респонденты – иконическое изображение, а текст усилил восприятие, дал более общую картину при изучении содержимого демотиватора.

По критериям, с помощью которого проводилось исследование, наивысшую оценку получила шкала «запоминающая /незапоминающаяся», это связано с тем, что демотиватор носит юмористический характер, а слияние вербальной и невербальной частей помогла выполнить его задачу верно

«Демотиватор - один из видов креолизованного текста в сфере интернет - коммуникации.

Это сообщение, состоящее из изображения в чёрной рамке, текста-слогана белого цвета под ним и текста, набранного более мелким шрифтом, разъясняющего слоган» [Дудкин, 2020, с. 55].

Функции демотиваторов исследовала Е.Е. Голубкова (2021):

1. Коммуникативная — передача информации.
2. Познавательная — получение знаний или информации.
3. Манипулятивная — влияние на мнение реципиента.
4. Идеологическая — трансляция идеологических идей автора.
5. Эмоционально-выразительная — влияние на настроение реципиента.
6. Эстетическая — возможность использования известных произведений искусства для передачи знаний .
7. Аксиологическая — формирование нравственных и духовных ценностей [Голубкова, 2021, с.2].

В настоящее время выделяют 6 основных видов демотиваторов:

- 1) классические, направленные на формирование одобряемых ценностей;
- 2) шуточные, представляющие какой -либо комичный фрагмент действительности;
- 3) социально – рекламные, пропагандирующие традиционные ценности через критический взгляд на мир;
- 4) самопрезентационные, отражающие личностные переживания;
- 5) интернет -эзотерические, направленные на популяризацию шуточных изображений – зачастую бессмысленных, но распространенных в интернет - среде;
- 6) философские, демонстрирующие идеологическую или мировоззренческую позицию [Дудкин, 2020,с. 57].

Демотивационные изображения широко используются в школьных УМК, но как отмечалось выше, изображения взятые для эксперимента отличаются от изображений, которые предлагают различные учебные комплекты.

## Заключение

Проводимые экспериментальные исследования показывают, что особенности восприятия креолизованных текстов могут быть выведены только теоретически. Как показывает практика, реальное воздействие определенного креолизованного текста на респондента может оказаться не таким, как прогнозируется, а для этого необходимы исследования на разном вербальном и невербальном материале.

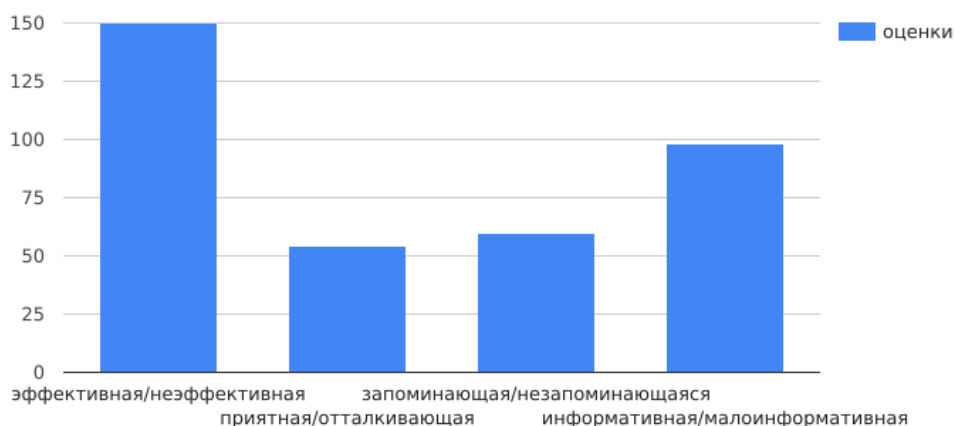
Креолизованный текст – это текст, фактура которого состоит из двух разнородных частей: вербальной (языковой /речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык).

Примерами креолизованных текстов выступают тексты рекламы, комиксы, афиши, плакаты. Различают частичную и полную креолизацию. В частично креолизованных текстах невербальный компонент играет лишь вспомогательную роль (газетные публикации, иллюстрации в художественной литературе), в полностью креолизованных текстах вербальный компонент дополняет невербальный.

Креолизованные тексты в зависимости от влияния иконического изображения или текстового фрагмента делятся на тексты с полной креолизацией (невербальная и вербальная составляющие образуют единое целое), с частичной креолизацией (иконическое изображение носит добавочную функцию) и с нулевой креолизацией фрагментов (полностью вербальная составляющая).

Для изучения восприятия креолизованных текстов носителями русского языка младшего поколения (49 респондентов: 12-14 лет, 22-30 лет) был проведен психолингвистический эксперимент на основе креолизованных текстов (демотиваторов) в количестве 15 иконических изображений.

Таким образом, при результате исследования ответов, полученных от респондентов двух возрастных групп, были получены следующие данные:



Самую высокую оценку (150) от восприятия изображений получила шкала «эффективная /неэффективная» это говорит о том, что для 49 респондентов изображения по «Котограмматике» были полезны при изучении. Также среди других шкал по числу голосов выведена «информативная /малоинформативная» (98), это позволяет сделать вывод, что для респондентов данные демотиваторы оказались информативными в процессе восприятия.

Наименьшее количество оценок получила шкала (54) «приятная /отталкивающая», но важно отметить, что приведенные в эксперименте демотиваторы выполняли познавательную функцию, а не эмоциональную. Шкала «запоминающаяся /незапоминающаяся» набрала 70 оценок от реципиентов, можно сделать вывод, что данные демотивационные изображения эффективны и ведут к запоминанию правил русского языка.

Анализ материала показал, что при восприятии демотиваторов по 4-х бальной шкале иконическое изображение находится в главной позиции, а текстовый фрагмент служит дополнением и усиливает функцию, которую несет в себе демотиватор.

В ВКР был разработан элективный курс по применению психолингвистического эксперимента в школе для обучающихся старших классов, целью которого было формирование умения выполнения языкового

эксперимента и исследование материалов результатов, посредством эксперимента.

Перспектива исследования: планируется продолжение исследования данной темы, но со сменой вектора развития на изучение у обучающихся проблемы «клипового мышления».

**Список использованных источников**

1. Алексеев Ю. Г. Креолизованный текст в межкультурной коммуникации (на матер. этнопсихолингвистического эксперимента) // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики. 2001. № 1. С.58–65.
2. Алексеева Н.А. Музыкальный компонент как составляющая креолизованного текста песни // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. Санкт-Петербург: 2012. № 2. С.180–187.
3. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) М. «Академия», 2003.128с.
4. Анисимова Е. Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов). Вопросы языкознания. М., 1992. С.71–79.
5. Анисимова Е.Е. О целостности и связности креолизованного текста (к постановке проблемы) Филологические науки. М., 1996. С.74–85.
6. Аркадьева О.М. Употребление падежей в речи. М.: МГУ, 1975. 126с.
7. Барт Р. Основы семиологии // Структурализм: «за » и «против ». М.: Прогресс, 1975. С.114–163.
8. Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. М.: Художественная литература, 1986. 543с.
9. Бернацкая А.А. Подпись как тип текста // Проблемы лингвистического анализа текста и коммуникации. Иркутск:1987. С.118–128.
10. Бернацкая А.А. К проблеме креолизации текста: история и современное состояние // Речевое общение. Специализированный вестник. Красноярск: 2000. С.104–110.
11. Большакова Л.С. О содержании понятия «поликодовый текст ». // Вестник Самарского гос. университета. 2008. № 4. С.19–24.
12. Валгина Н. С. Теория текста. М.: Логос, 2003. 173с.
13. Вашунина И. В. Взаимовлияние вербальных и невербальных (иконических) составляющих при восприятии креолизованного текста. М., 2009. 42с.

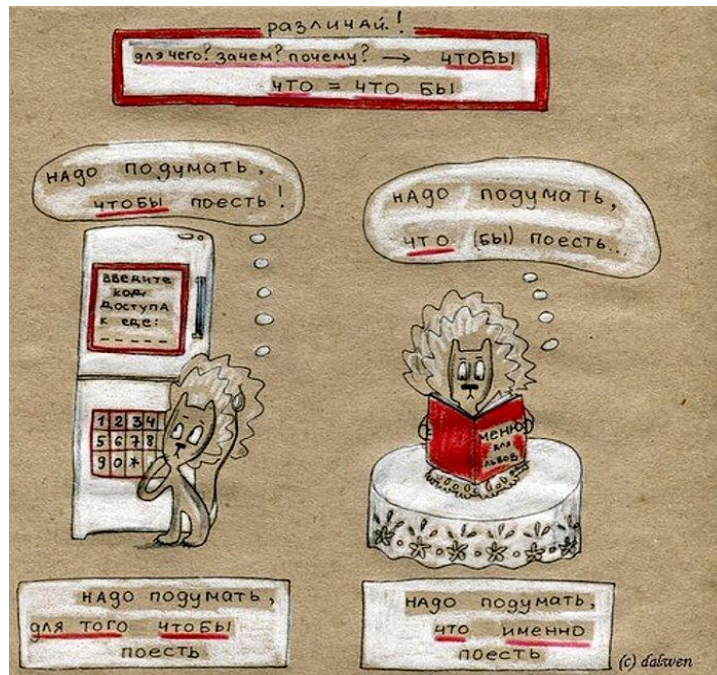
14. Волоскович А.М. Когнитивные и семиотические аспекты взаимодействия компонентов полимодального текста. М., 2012. 26с.
15. Воробьева Е. В. К вопросу о взаимодействии вербальных и визуальных средств в креолизованном тексте. Волгоград: "Перемена", 2009. № 10. С. 54–58.
16. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: аспекты изучения Екатеринбург: «Политическая лингвистика», 2006. №20. С.180–189.
17. Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет. 2013.194 с.
18. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: кинотекст. Екатеринбург: Политическая лингвистика. 2007. С.106–110.
19. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования М.: КомКнига, 2007.144 с.
20. Григорьева Н. Ю. Исследование когнитивной деятельности реципиента поликодового текста. Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск. 2013. № 24. С.81–84.
21. Добросклонская Т. Г. Методы анализа видео -вербальных текстов // Медиалингвистика. СПб, 2016. С.13– 25.
22. Дридзе Т. М. Язык и социальная психология. Учебное пособие. М.: Высшая школа, 1980. 224 с.
23. Дубовицкая Л. В. Феномен креолизованного текста (на материале креолизованных текстов письменной коммуникации). М., 2013. 21 с.
24. Жинкин Н. И. Речь как проводник информации. М.,1982. 250 с.
25. Канныкин С. В. Текст как явление культуры (пролегомены к философии текста). Воронеж:РИЦ ЕФ ВГУ,2003.143с.
26. Комиссарова Н. Г. Поликодовый текст в англоязычном рекламном дискурсе / Лингвистические и экстралингвистические проблемы коммуникации: теоретические и прикладные аспекты. Саранск, 2011. С. 28–34.
27. Корда О. А. Креолизованный текст в современных печатных СМИ. Екатеринбург, 2013. 24 с.



28. Куст Т. С. О гипертекстуальности и креолизованности текстов электронных учебных пособий // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2008. № 2. С.62–65 с.
29. Лингвометодический потенциал поликодового публицистического текста (на материале текстов «Анатомия Петербурга»). Санкт-Петербург, 2017. №2. С.87–91.
30. Максименко О.И. Поликодовый vs. креолизованный текст: проблема терминологии // Вестник РУДН. М., 2012. № 2. С.93–102.
31. Михеев А. В. О некоторых типах взаимодействия изображения и текста. АН СССР. М.: 1987. С.191– 199.
32. Орлова Т. Г. Обучение жанрам поликодовых текстов в школе и в вузе. М., 1995. 16с.
33. Пойманова О.В. Семантическое пространство видеовербального текста. М., 1997. 237с.
34. Сонин А. Г. Понимание поликодовых текстов: когнитивный аспект.– М.:РАН, 2005. 220с.
35. Сонин А. Г. Текст и контекст: исследование семантики языковых единиц в условиях поликодовой коммуникации // Русский язык в школе. М., 2013. № 9.С. 57–62.
36. Сонин А.Г. Эволюция поликодовых текстов: от воздействия к взаимодействию // Вопросы психолингвистики. М., 2012. Вып. 16. С.164–174.
37. Сонин А.Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления // Вопросы языкознания. 2005. № 6. С.115–126.
38. Сонин А.Г.,П.Н. Махнин Экспериментальное исследование восприятия изобразительно-вербальных рекламных текстов // Вопросы психолингвистики.. – М., 2004. № 2. С.50 77–91.
39. Сорокин Ю.А., А.М. Шахнарович, А. В. Скворцова К вопросу о логико-композиционной вариативности текста // Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации). М.: Наука, 1976. С.77–79.
40. Сорокин Ю.А.,Е.Ф. Тарасов. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука, 1990. С.180 – 240.

41. Сыроватская К. С. Использование поликодовых текстов при обучении чтению на иностранном языке. М.: Вестник МГЛУ, 2015. Выпуск 4(715). С.94–100.
42. Удод Д. А. Креолизованный текст как особый вид паралингвистически активного текста // Молодой ученый. Современная филология: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Уфа, январь 2013 г.). Уфа, 2013. С.97–99.
43. Филимонюк Л.А., Удод Д.А. Креолизованный текст в учебном пособии как фактор развития социокультурной компетенции // Теория и практика образования в современном мире: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, май 2013 г.). СПб. 2013. С. 27–30.
44. Чернышенко О.В. Лингводидактический потенциал креолизованного текста в рамках компетентностного подхода // Казанский педагогический журнал. Казань, 2016. № 5 (118). С.155–159.
45. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учеб. пос. М.: Либроком, 2009. 248с.
46. Чернявская В. Е. Поликодовое пространство текста: лингвосемантическая парадигма языкознания // Язык в парадигмах гуманитарного знания: XXI век. СПбУ. Лингва, 2009. С.23–35.
47. Щурина Ю.В. Комические креолизованные тексты в интернет - коммуникации // Вестник Новгородского государственного университета. Новгород: 2010. № 57. С.82–86.
48. Ярцева В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь. «Советская энциклопедия». М. : 1990. С.500–505.

## Приложение



Прил.1

## «Правописание частиц»



Прил.2

## «Слитное и раздельное написание наречий и существительных с предлогом»



Прил.3

«Правописание удвоенной гласной»



Прил.4

«Правописание приставки «пол/полу»»



Прил.5

«Слитное и раздельное написание наречий и существительных с предлогом»



Прил.6

«Правописание морфемы «чик/щик»



Прил.7

«Правописание наречий, образованных от местоимения с предлогом»



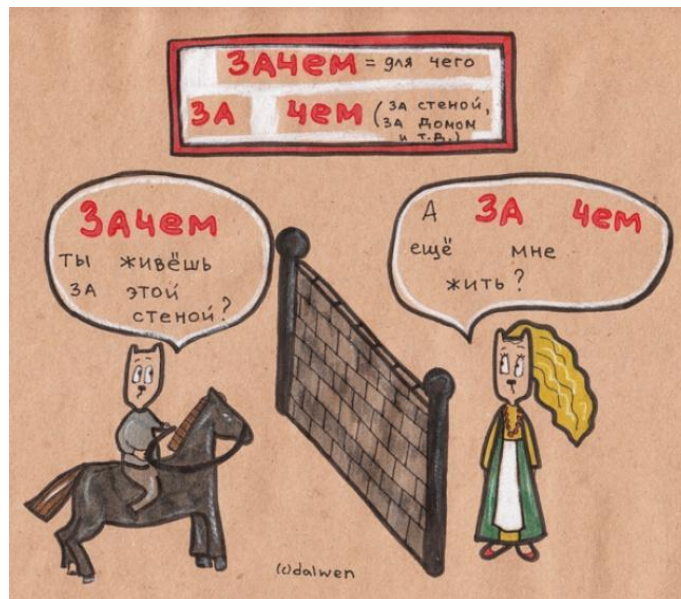
Прил.8

«Правописание словарных наречий»



Прил.9

«Слитное и раздельное написание союзов»



Прил.10

«Правописание местоимений с предлогом «за»»



Прил.11

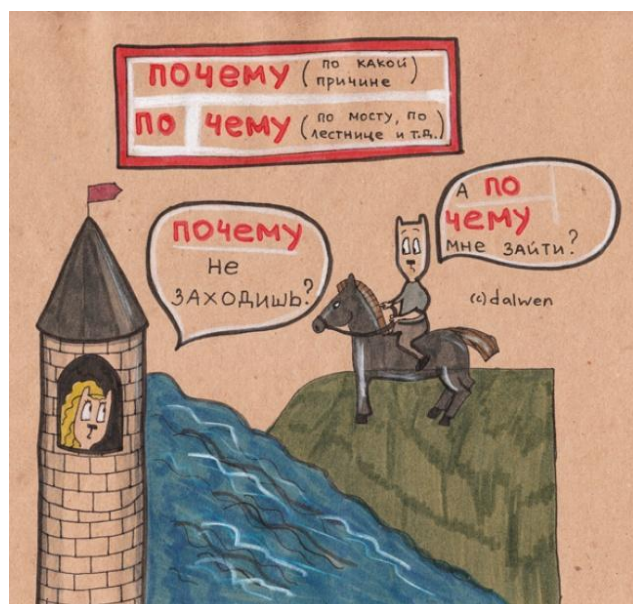
«Правописание существительного с предлогом и устойчивых словосочетаний»



Прил. 12

«Слитное и раздельное написание наречий и местоимений с предлогом»





Прил.13

«Правописание неизменяемых наречий»



Прил.14

«Правописание личных и притяжательных местоимений»



**Прил.15**

«Правописание исконно русских наречий»