

## Literatura

1. *Boduen de Kurtene I.A.* Izbrannyye trudy po obshchemu yazykoznaniiyu. M., 1963. T. 1. S. 47–77.
2. *Brusenskaya L.A.* Semanticheskij i funktsional'nyj aspekty interpretatsii kategorii chisla v russkom yazyke: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. Rostov n/D., 1994. 43 s.
3. *Gumbol'dt V. fon.* Izbrannyye trudy po yazykoznaniiyu. M.: Progress, 1984. 397 s.
4. *Zemskaya E.A.* Sovremennyy russkij yazyk. Slovoobrazovanie. M.: Flinta: Nauka, 2011. 324 s.
5. *Kolesov V.V.* Yazyk i mental'nost'. SPb.: Peterburgskoe vostokovedenie, 2004. 240 s.
6. *Sossyur F. de.* Kurs obshchej lingvistiki. M.: URSS Editorial, 2007. 257 s.
7. *Tarasova M.A.* Perevody sovremennoj angloyazychnoj poezii na russkij yazyk v aspekte potentsial'nosti: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2014. 24 s.
8. *Khazagerov T.G., Nikolaev S.G.* O tipologii sochetaemosti kolichestvennykh chislitel'nykh s sushchestvitel'nyimi v russkom i osetinskom yazykakh // *Izvestiya SKNTs VSh. Obshchestvennye nauki.* 1984. № 4. S. 50–55.
9. *Epshtejn M.N.* Est' li budushchee u prichastij budushchego vremeni? // *Lingvistika i poetika v nachale III tysyacheletiya: materialy Mezhdunarodnoj nauchnoj konferentsii.* M.: Institut russkogo yazyka RAN, 2007. S. 259–266.

DOI: 10.25586/RNUV925X.20.04.P.104

УДК 81'367:070

О.А. Муллинова, Т.А. Муллинова

СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ  
ЗАГОЛОВКОВ СТАТЕЙ ГАЗЕТЫ «КРАСНАЯ ЗВЕЗДА»

Посвящено системному анализу структурных и функциональных особенностей синтаксических конструкций заголовков в газете «Красная звезда» (на материале текстов выпусков в период с ноября 2019 г. по май 2020 г.). Проведенный анализ позволяет определить и описать базовые типы синтаксических структур, реализованных в конкретном печатном издании, четко ориентированном на свою целевую аудиторию, и выявить их отличительные особенности. Материалы статьи могут быть использованы в практике преподавания дисциплины «Русский язык и культура речи» как российским, так и иностранным учащимся.

*Ключевые слова:* газетный заголовок, синтаксическая структура, текст, предложение, русский язык и культура речи.

О.А. Mullinova, T.A. Mullinova

SYNTACTIC FEATURES OF HEADLINES  
IN THE NEWSPAPER “KRASNAYA ZVEZDA”

The article is devoted to the systematic analysis of structural and functional features of syntactic constructions of headlines in the newspaper “Krasnaya Zvezda” (based on the texts of issues in the period from November 2019 to May 2020). The analysis makes it possible to define and describe the basic types of syntactic structures implemented in a particular printed publication that is clearly focused on its target audience, and to identify their distinctive features. The article materials can be used in the practice of teaching the discipline “Russian language and culture of speech” to both Russian and foreign students.

*Keywords:* newspaper headline, syntactic structure, text, sentence, Russian language and speech culture.

Несмотря на активное внедрение в социум такого глобального средства массовой информации, каким стал современный Интернет, газета продолжает занимать важное место в жизни общества. Это касается и специализированных изданий, рассчитанных на целевую аудиторию. Читатель, обращающийся к печатным СМИ, основное внимание традиционно уделяет заголовку, предполагая семантическую связь между ним и последующим текстом.

В научной литературе заголовок определяется как «коммуникативная единица в позиции перед текстом, являющаяся его названием, имеющая синтаксическое оформление, прямо или косвенно указывающая на содержание текста и ограничивающая одно речевое высказывание от другого» [14, с. 59]. В этой дефиниции показана полиаспектность заголовков, предполагающая возможность разнонаправленного их изучения.

В качестве объекта языковедческих исследований заголовки находятся в центре внимания ученых в течение нескольких последних десятилетий. В работах лингвистов рассматривались такие вопросы, как взаимообусловленность текста и заголовка [4; 10; 12], заголовок как особая единица речи [3; 11], функции газетного заголовка [8; 16], его речевая структура [1; 2], интertextуальные элементы в газетных заголовках [7; 13]. В меньшей степени были изучены структура и семантика синтаксических конструкций, которыми эти заголовки представлены, хотя известно, что именно грамматическая семантика несет базовую нагрузку при интерпретации сообщаемой информации. Выбор какой-то определенной синтаксической конструкции как способа выражения коммуникативных интенций должен быть связан с характером содержания статьи и отвечать требованиям предсказуемости.

В данной работе объектом исследования являются заголовки статей газеты «Красная звезда», в которой печатаются материалы, имеющие отношение к Вооруженным силам Российской Федерации. Нами были рассмотрены заголовки публикаций в номерах газеты за семь месяцев (ноябрь 2019 г. – май 2020 г.).

Проведенный анализ материала показал, что по цели высказывания в названиях статей указанного издания доминируют повествовательные предложения. Их преобладание объясняется информативной функцией заголовка: «*Российские военные медики спешат на помощь*» (2020. 23 марта); «*О подвигах фронтовиков расскажут их награды*» (2020. 8 апр.); «*Армия не могла остаться в стороне*» (2020. 27 мая). В этих случаях название публикации представляет собой тезис, содержание которого раскрывается в статье.

Для привлечения внимания аудитории к газетному материалу журналисты нередко используют в названиях статей также побудительные и вопросительные конструкции.

Побудительные предложения необходимы тогда, когда ожидаемой реакцией на высказывание является действие, которое может быть выражено непосредственно глаголом в повелительном наклонении или опосредованно – формой будущего времени с частицей «да» либо даже имплицитным глаголом: «*Верьте в себя и двигайтесь к своей цели!*» (2020. 27 мая); «*И да пребудут с нами ваши имена!*» (2019. 6 нояб.); «*К новым победам и достижениям!*» (2019. 18 нояб.). Эти и подобные заголовки имеют характер призывов и отличаются торжественной экспрессивностью лозунгов, что отвечает патриотической направленности большинства публикуемых в данном издании публицистических текстов.

Вопросительные газетные заголовки привлекают внимание своей экспрессив-

ностью и прямой обращенностью к читателю. Такие конструкции, не давая возможности прочесть новость «по заголовку», тем не менее являются «самым верным способом, позволяющим вовлечь человека в коммуникацию, так как вопрос запускает основной механизм ума – поиск информации для ответа» [15, с. 96]. Несмотря на это, вопросительные газетные заголовки в исследуемом издании немногочисленны, возможно потому что явная полемичность вопроса не отвечает принципу армейской субординации, проявляющемуся в том числе в печатном органе этой системы. Примерами собственно вопросительных предложений являются названия статей в форме специального вопроса: «*Кто сильнейший в ручном мяче?*» (2019. 8 нояб.); «*Кому достанется почетный кубок?*» (2019. 15 нояб.); «*Как выдернуть американскую “занозу”?*» (2020. 29 янв.); «*Как спасти Европу?*» (2020. 5 фев.). Вопросительное слово, занимающее сильную позицию начала предложения, концентрирует здесь коммуникативную энергию интриги, заставляя читателя обратиться к тексту статьи в поисках ее разрешения.

Заголовки, в которых встречаются общевопросительные предложения, менее энергичны, они настраивают читателя на вдумчивое размышление и могут использоваться:

- для выражения сомнительности факта, что подчеркивается частицей *ли*: «*Сменит ли “Вирджиния” “Коллинза”?*» (2019. 20 нояб.); «*Соглашение есть, будет ли мир?*» (2020. 2 марта);
- постановки проблемы в виде риторического вопроса-рассуждения: «*Время поворота на Восток?*» (2019. 28 дек.); «*Тучи над Ближним Востоком развеяны?*» (2020. 10 янв.);
- создания эффекта неожиданности в вопросах с парадоксальным содержанием:

ем: «*Корабли останутся без экипажей?*» (2020. 27 янв.); «*“Звездные войны” возвращаются?*» (2020. 14 фев.).

По эмоциональной окраске в названиях статей издания «Красная звезда» преобладают невосклицательные предложения, что можно объяснить как общей экспрессивной сдержанностью военно-публицистического стиля, так и нацеленностью заголовков в нем на информативность: «*Память и гордость должны объединять нас, делать сильнее*» (2019. 13 дек.); «*Подводники побеждают только экипажем*» (2020. 20 марта).

Хотя восклицательные газетные заголовки встречаются в нашем материале нечасто, однако именно они, обладая большим экспрессивным потенциалом, оказывают дополнительное воздействие на читателя. Помимо показанного выше побуждения к действию, заголовки-восклицания используются для оценки сообщаемого факта, подчеркивания важности новости или акцентирования серьезности проблемы: «*Там, где мы, там – победа!*» (2019. 27 нояб.); «*Мы – это “Внук – Сын – Отец – Дед”!*» (2019. 23 дек.); «*У флота нет второстепенных задач!*» (2020. 10 фев.); «*Как же можно таких не любить!*» (2020. 11 марта); «*Человек за бортом!*» (2020. 8 апр.); «*Кораблю номер один – 120!*» (2020. 22 мая).

Структурный анализ собранного материала показал, что в названиях статей газеты «Красная звезда» представлены как двусоставные, так и односоставные предложения.

Среди двусоставных по наличию структурно необходимых членов чаще встречаются полные предложения: «*Россия усиливает свои позиции на мировом рынке вооружений*» (2019. 18 дек.); «*Оттачивать навыки курсантам помогает реалистичность*» (2020. 19 фев.); «*Ближний*

*Восток могут ждать новые испытания»* (2020. 18 мая); *«Строй авиации ознаменует священный праздник»* (2020. 6 мая). Наличие двух главных членов позволяет яснее представить факт, о котором говорится в статье, избежать абстрактности в суждении. Заметим, что некоторые полные предложения отличаются многословностью построения, что заголовкам большей части изданий, как правило, несвойственно: *«Ледокол и буксиры вспомогательных судов Войск и сил на Северо-Востоке России обеспечили безопасный выход из базы атомных подводных крейсеров Тихоокеанского флота»* (2020. 17 фев.), *«Океанографическое исследовательское судно ВМФ России “Адмирал Владимирский” продолжает исследования в море Беллинсгаузена в рамках 5-го этапа кругосветной экспедиции»* (2020. 20 марта). Можно предположить, что точность информации, вынесенной в заголовки публикации, для печатного издания Министерства обороны в ряде случаев оказывается предпочтительней краткости и выразительности заглавия. И все же такие заголовки встречаются редко, поскольку они занимают много места на газетной полосе и требуют больше усилий при чтении, кроме того, они менее экспрессивны, в них трудно подчеркнуть главное [6, с. 72].

Количество неполных предложений в рассмотренных названиях статей незначительно: *«В небе – смешанные экипажи»* (2019. 1 нояб.), *«Позади – слет, впереди – парад»* (2019. 4 дек.), *«От Интендантского курса – к академии»* (2020. 26 фев.), *«Первостепенное внимание укреплению обороны в Арктике»* (2020. 2 марта), *«На повестке – развитие парашютных систем»* (2020. 20 апр.), *«С амурских берегов – за полярный круг»* (2020. 25 мая). Пропуск предикативного центра в подобных конструкциях создает динамизм подачи материала, при этом внимание читателя концентриру-

ется на основном моменте содержательной структуры текста. Знакомясь с подобными заголовками, реципиент, естественно, восполняет структуру предложения подбором сказуемого и тем самым активизирует свою мыслительную деятельность, как бы включаясь в диалог с автором статьи. Кроме того, такие предложения приближены к разговорной речи, что делает их более выразительными и в целом не препятствует правильному пониманию смысла сообщения.

Среди односоставных предложений в заголовках наиболее частотны назывные конструкции. Отличаясь краткостью и высокой содержательной емкостью, заголовки такого типа выполняют свою основную функцию – представляют читателю предмет дальнейшего обсуждения: *«Воздушный таран комиссара»* (2019. 2 дек.), *«Инновации для авиации»* (2020. 10 фев.), *«Отцовская дорога»* (2020. 12 фев.), *«Внедрение новейших методик огневой подготовки»* (2020. 17 фев.), *«Три золота, два рекорда»* (2020. 19 фев.), *«Триумф по-домашнему»* (2020. 19 фев.), *«Старты с заделом на будущее»* (2020. 21 фев.), *«Красавицы в голубых погонах»* (2020. 11 марта), *«Инженер десантных душ»* (2020. 13 марта), *«Память о летчике-асе»* (2020. 25 марта), *«Ситуация стабильная и контролируемая»* (2020. 15 апр.), *«Арктический рекорд российских десантников»* (2020. 29 апр.), *«Импульсы, повышающие престиж военной службы»* (2019. 2 дек.). Лаконичность таких заголовков способствует оперативной передаче основного содержания текста газетной статьи.

Стоит отметить, что номинативный заголовок, структурно равный отдельному слову, встретился в исследуемом материале только один раз: *«Восстановители»* (2020. 11 марта). Видимо, однословные конструкции не обладают необходимой

для заглавий информационной насыщенностью. В то время как соединенные союзом однородные главные члены назывного предложения в позиции заголовка могут сказать читателю уже значительно больше: «Несокрушимая и легендарная» (2020. 27 марта), «И ключи, и торт, и кошка» (2020. 27 мая). Содержательная глубина и эмоциональность первого заголовка связаны с его прецедентностью (это часть припева легендарной песни-марша о Красной армии на стихи О. Колычева), а также с предсказуемостью опущенного определяемого существительного «армия». Выразительность второго примера обусловлена приемом повтора сочинительного союза, соединяющего имена совершенно разноплановых предметов, что создает эффект парадоксальности.

Далее по частотности следуют неопределенно-личные предложения, в которых действие обозначается безотносительно к конкретному его исполнителю, что позволяет все внимание сосредоточить на факте, событии, на характере обозначаемой деятельности: «В небо стартуют с земли» (2019. 1 нояб.), «В военно-транспортной авиации летают при метеоминимуме» (2020. 19 фев.), «Гордо носят алые погоны» (2020. 4 марта), «Вступили в битву с невидимым врагом» (2020. 30 марта), «На верность поклялись Отчизне» (2020. 19 фев.). Думается также, что в позиции заголовка газетной публикации такие предложения получают дополнительную обобщенную семантику, вовлекая читателей (большой частью тоже военнослужащих) в круг лиц – потенциальных субъектов действия.

Примерно в таком же количестве в исследуемом материале представлены инфинитивные предложения. Семантической спецификой данных конструкций является обозначение ими ирреального (потенциального) действия, желательного, неже-

лательного, возможного, невозможного, необходимого, целесообразного [5]: «Служить стране, армии и науке» (2019. 13 нояб.), «Мастерски нападать и обороняться» (2020. 17 фев.), «Андреевскому флагу реять во всех широтах» (2020. 19 фев.), «Знать своё боевое родство» (2020. 20 марта), «Отправить в нокаут превратности судьбы» (2020. 25 мая). Учитывая то, что одной из потенциальных функций неопределенной формы глагола является побуждение к действию, а также востребованность именно этого назначения инфинитива в армейской речи (ср. команды «встать», «сесть» и подобные), заголовочные инфинитивные предложения могут восприниматься читателем как побудительные.

Анализ материала показал, что количество определено-личных конструкций в заголовках газеты «Красная звезда» невелико. В предложениях такого типа отсутствует наименование деятеля и с помощью глагола – главного члена актуализируется действие, совершаемое говорящим индивидуально (1-е л. ед. ч.) либо совместно с другими лицами (1-е л. мн. ч.): «Друзей в опасности не бросим» (2019. 11 нояб.), «На соревнования выхожу с настроем победить» (2020. 27 янв.), «На полигонах действуем с огоньком» (2020. 29 янв.), «Сохраним самое ценное – честь» (2020. 2 фев.), «Становимся бойцами» (2020. 22 мая). В военно-публицистических текстах эти заголовочные конструкции подчеркивают идею армейского братства и ратного товарищества.

Основной функцией безличных предложений является акцентирование внимания на действии и его результате, деятель при этом не важен. Актуализация предикативного признака в таких конструкциях происходит за счет лексического значения главного члена. Заголовки, представ-

ляющие собой безличные предложения, в анализируемом издании встречаются крайне редко: «Случайных побед не бывает» (2019. 6 дек.), «Для неё нет дисциплин второстепенных» (2020. 25 марта). Вынесенные в содержательно главенствующую надтекстовую позицию, такие предложения получают обобщенное значение сентенции.

Среди заголовков статей газеты «Красная звезда» в небольшом количестве представлены сложные предложения, причем это преимущественно сложноподчиненные конструкции с придаточными определительными или обстоятельственными: «Собрались, чтобы свернуть часы» (2019. 8 нояб.), «Свеча памяти – символ, который предостерегает и объединяет» (2020. 24 янв.), «Когда мы едины, мы непобедимы» (2020. 29 фев.), «Решение, которое никого не удивило» (2020. 27 марта). В целях сохранения такого важного свойства заголовка, как краткость, в этих конструкциях не используется больше одного придаточного предложения.

Рассматривая синтаксические характеристики заголовков газеты «Красная звезда», считаем необходимым сказать об особом приеме повышения экспрессивности синтаксических конструкций – их сегментации, под которой понимается «членение предложения на части посредством двоеточия» [9, с. 159]. В первой (номинативной) части представляется объект новостного материала, а во второй (предикативной) обозна-

чен аспект его рассмотрения в публикации: «Армия 2020: подготовка началась» (2019. 15 нояб.), «Берлинская операция: конец цитадели нацизма» (2020. 29 апр.), «Черноморский флот: развитие и совершенствование» (2020. 15 мая). Такие заголовки, являясь достаточно лаконичными и в то же время информативными, помогают читателю быстрее ориентироваться в газетном материале.

Таким образом, для заголовков статей газеты «Красная звезда» указанного периода издания характерны различные по объему и структуре синтаксические формы выражения: от единичного слова-предложения (номинативного или предикативного типа) до сложноподчиненной конструкции, – которые, в свою очередь, различаются по цели высказывания и эмоциональной окраске. Стилистическим особенностям военной публицистики и тематике публикуемых материалов в большей степени отвечают лаконичные, информативные заголовки, представляющие читателю предмет или проблему рассмотрения, вовлекающие реципиента в размышление над прочитанным и воспитывающие у него высокие патриотические чувства. Полагаем, что изучение структуры и семантики заголовков военных изданий с последующим установлением их связи с содержанием публикаций может быть полезно в практике преподавания русского языка и культуры речи как в российской, так и в иностранной аудитории.

## Литература

1. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. М., 2008. 280 с.
2. Вахтель Н.М. Речевые акты эмоционального воздействия в позиции газетного заголовка // Вестник Воронежского государственного университета. 2004. № 2. С. 47–49.
3. Виноградов В.В. Из истории изучения русского синтаксиса (от Ломоносова до Потебни и Фортунатова). М., 1958. 400 с.
4. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 2004. 144 с.

5. Данилова Е.А. Глагольные односоставные предложения в функции газетного заголовка // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2016. № 1, т. 2. С. 139–142. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/glagolnye-odnosostavnye-predlozheniya-v-funktsii-gazetnogo-zagolovka> (дата обращения: 17.07.2020).
6. Житенева Л.И. Ориентиры газетного номера // Русская речь. 1984. № 3. С. 70–74.
7. Качаев Д.А. Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках: на материале российской прессы 2000–2006 гг.: дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д., 2007.
8. Лайне С.В. Функции и виды заглавий в комсомольской газете: лекция. М., 1982. 17 с.
9. Ломов А.М. Типология русского предложения. Воронеж, 1994. 277 с.
10. Лукин В.А. Художественный текст: Основы лингвистической теории и элементы анализа. М., 1999. 189 с.
11. Ляпина О.А. Газетный заголовок как особая лингвистическая единица // Труды молодых ученых Воронежского университета. 2001. Вып. 2. С. 295–298.
12. Немыка А.А. Метаязык лингвистики в художественном дискурсе: монография. Краснодар, 2019. 152 с.
13. Сафонов А.А. Стилистика газетных заголовков // Стилистика газетных жанров / под ред. Д. Розенталя. М., 1981. С. 205–227.
14. Сыров И.А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста // Филологические науки. 2002. № 3. С. 59–68.
15. Уланова М.А. Интернет-журналистика: Практическое руководство. М., 2014. 238 с.
16. Харченко Н.П. Заглавия, их функции и структура: на материале научного стиля современного русского языка. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01010307809> (дата обращения: 17.07.2020).

### Literatura

1. Boguslavskaya V.V. Modelirovanie teksta: lingvosotsiokul'turnaya kontseptsiya. Analiz zhurnalistskikh tekstov. M., 2008. 280 s.
2. Vakhtel' N.M. Rechevye akty emotsional'nogo vozdeystviya v pozitsii gazetnogo zagolovka // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. 2004. № 2. S. 47–49.
3. Vinogradov V.V. Iz istorii izucheniya russkogo sintaksisa (ot Lomonosova do Potebni i Fortunatova). M., 1958. 400 s.
4. Gal'perin I.R. Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya. M., 2004. 144 s.
5. Danilova E.A. Glagol'nye odnosostavnye predlozheniya v funktsii gazetnogo zagolovka // Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk. 2016. № 1, t. 2. S. 139–142. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/glagolnye-odnosostavnye-predlozheniya-v-funktsii-gazetnogo-zagolovka> (data obrashcheniya: 17.07.2020).
6. Zhiteneva L.I. Orientiry gazetnogo nomera // Russkaya rech'. 1984. № 3. S. 70–74.
7. Kachaev D.A. Sotsiokul'turny i intertekstual'nyj komponenty v gazetnykh zagolovkakh: na materiale rossijskoj pressy 2000–2006 gg.: dis. ... kand. filol. nauk. Rostov n/D., 2007.
8. Lajne S.V. Funktsii i vidy zaglavij v komsomol'skoj gazete: lektsiya. M., 1982. 17 s.
9. Lomov A.M. Tipologiya russkogo predlozheniya. Voronezh, 1994. 277 s.
10. Lukin V.A. Khudozhestvennyj tekst: Osnovy lingvisticheskoy teorii i elementy analiza. M., 1999. 189 s.
11. Lyapina O.A. Gazetnyj zagolovok kak osobaya lingvisticheskaya edinita // Trudy molydykh uchennykh Voronezhskogo universiteta. 2001. Vyp. 2. S. 295–298.
12. Nemyka A.A. Metayazyk lingvistiki v khudozhestvennom diskurse: monografiya. Krasnodar, 2019. 152 s.

Муравлева В.Р. Антропоцентрическая парадигма современного языкознания...

13. *Safonov A.A. Stilistika gazetnykh zagolovkov // Stilistika gazetnykh zhanrov / pod red. D. Rozentalya. M., 1981. S. 205–227.*
14. *Syrov I.A. Funktsional'no-semanticheskaya klassifikatsiya zaglavij i ikh rol' v organizatsii teksta // Filologicheskie nauki. 2002. № 3. S. 59–68.*
15. *Ulanova M.A. Internet-zhurnalistika: Prakticheskoe rukovodstvo. M., 2014. 238 s.*
16. *Kharchenko N.P. Zaglaviya, ikh funktsii i struktura: na materiale nauchnogo stilya sovremennogo russkogo yazyka. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01010307809> (data obrashcheniya: 17.07.2020).*

DOI: 10.25586/RNUV925X.20.04.P.111

УДК 81'33

В.Р. Муравлева

АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА СОВРЕМЕННОГО  
ЯЗЫКОЗНАНИЯ И ПОНЯТИЕ «КОММУНИКАТИВНАЯ СИТУАЦИЯ»

Посвящено рассмотрению нового направления лингвистических исследований – антропоцентрической парадигме, ставящей человека в центр познаваемого предмета. Отмечено, что антропоцентрическая парадигма современных исследований способствует приближению лингвистических знаний к реальному объекту – языку, функционирующему в условиях нового глобализованного и информационно-ориентированного мира. Благодаря данному сдвигу в филологической науке выявляются новые языковые формы и структуры. Так, антропоцентрический принцип познания позволил ученым выделить такое понятие, как «коммуникативная ситуация», изучение которого позволяет участникам общения более продуктивно использовать язык в качестве координационного средства.

*Ключевые слова:* антропоцентризм, научная парадигма, коммуникативная ситуация, коммуникативный акт, коммуниканты.

V.R. Muravleva

ANTHROPOCENTRIC PARADIGM OF THE MODERN LINGUISTICS  
AND THE NOTION OF “COMMUNICATIVE SITUATION”

Dedicated to the consideration of a new direction of linguistic research – the anthropocentric paradigm, which puts a person at the center of a cognized subject. It is noted that the anthropocentric paradigm of modern research helps to approximate linguistic knowledge to reality – the language functioning in the conditions of new globalized and information-oriented world. Due to the change within linguistics there are discovered new forms and structures of languages. Thus, the anthropocentric paradigm helped scientists to distinguish the notion of “communicative situation”. Researches of the notion help the interlocutors to use language as coordinating means.

*Keywords:* anthropocentrism, scientific paradigm, communicative situation, communicative act, communicants.

Сегодня филологические науки, как никогда ранее, характеризуются полипара-

дигмальностью своих исследований. Это связано с тем, что «смена лингвистических