

А. И. ДУНЕВ

*(Российский государственный педагогический университет
им. А.И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия)*

УДК 811.161.1'374:811.161.1'35

ББК Ш141.12-41

АВТОРСКИЕ ИНТЕНЦИИ В ОРФОГРАФИЧЕСКОМ СЛОВАРЕ¹⁵

Аннотация. Статья посвящена описанию современной орфографической ситуации, которая связана с дестабилизацией орфографической нормы и отсутствием учета фактора адресата в орфографических словарях и справочниках XXI века. Выявление авторских намерений в лексикографических изданиях обусловлено изучением коммуникативно-прагматической категории адресации. Даже при отсутствии указания на автора-составителя анализ лексикографического издания позволяет выявить особенности адресации и характер коммуникативных интенций. В настоящей статье проводится интент-анализ текстов вступлений и аннотаций из орфографических словарей, адресованных школьникам.

По мнению автора, коммуникативные интенции базируются на мотивах, побуждающих индивида вступать в процесс коммуникации и обуславливающих интерес к партнеру и/или к теме коммуникации. Показатели (маркеры) адресованности текста можно разделить на лингвистические и экстралингвистические, включаемые в текст как сознательно, так и подсознательно.

Название, аннотация, предисловие лексикографического издания являются текстовым пространством, где концентрируются средства адресации словаря. Другими средствами адресации можно считать отбор языкового материала, способ его представления и набор словарных помет.

Одно из перспективнейших направлений современной лингвистики – исследование способов и возможностей лексикографического представления различных сфер языкового существования.

Ключевые слова: психолингвистика, интенция, лексикография, орфографический словарь, фактор адресата, интент-анализ.

¹⁵ Публикация подготовлена при поддержке гранта РГНФ 15-04-00318

Современная лексикография описывает различные типы словарей, способы лексикографирования языкового материала, а также подвергает анализу метаязык словаря. Всё чаще современных исследователей привлекают прагматические аспекты, связанные как с созданием, так и с восприятием словарных изданий. Словарь становится предметом изучения как средство коммуникации между поколениями; между носителями разных субкультур; меж теми, кто определяет норму словоупотребления, и теми, кто ее изучает.

Приступая к созданию словаря, автор обычно занимает позицию всезнающего специалиста, представляющего истину в последней инстанции. Исследование намерений автора-составителя может показаться делом неблагодарным и даже неблагородным. С одной стороны, можно предположить, что словарный материал не дает достаточной информации для выяснения авторских интенций. С другой – личность автора, его языковые предпочтения и способы выражения мысли – то, что традиционно принято считать средствами и актуализаторами коммуникативных интенций – не имеет той степени языковой свободы, которая присуща, например, художественной прозе. Между тем выявление намерений в тексте словаря имеет несколько иные показатели, чем в других типах текста, так как коммуникативные интенции определяются способами выражения текстовой категории адресации. Даже при отсутствии указания на автора-составителя лексикографическое издание (есть словари, авторы которых скрывают свое имя, и словари, которые издаются под вымышленными именами) позволяет выявить особенности адресации и характер коммуникативных интенций.

Текст в лингвистике традиционно рассматривается как пространство реализации авторского замысла. Элементами замысла можно считать интенции. Интенциональность как свойство речи представляет собой совокупность коммуникативных интенций, обнаруживаемых в языковых формах. Интенциональность существует в рамках различных наук и научных направлений. Это понятие восходит к философским идеям Эдмунда Гуссерля. В гносеологической теории немецкого ученого интенциональность соотносима с «чистым сознанием» и «бытием-в-мире». В

лингвистику термин «интенциональность» внесен теорией речевых актов. Особое преломление это понятие получило в работах Серля. Широкое распространение получила интенциональность, в том числе и как термин, в теории речевой деятельности, которая явилась истоком психолингвистики. Это понятие нашло отражение в трудах А.А. Леонтьева, Л.В. Сахарного, А.А. Залевской и др. В рамках различных наук и направлений интенциональность имеет разнообразные и неоднозначные определения, тем не менее, можно обобщить все имеющиеся определения и выявить общенаучное (междисциплинарное) понимание интенциональности. В структуре концепта «интенциональность» выделяются следующие компоненты: отношение, связь между созданием субъекта и предметом как частью мира, направление сознания на предмет, осознанность, включенность в замысел деятельности, presupпозиция.

Интенциональность проявляется на всех уровнях языка. В области грамматики она отражает связь формы как средства плана выражения с ее семантическими функциями – то есть планом содержания. Понятие «интенциональность грамматического значения» в научный обиход введено А.В. Бондарко [Бондарко 1994]. Под интенциональностью в данном случае понимается смысловая актуализация в рамках всего высказывания грамматической семантики, выражаемой словоформой. Ученый предлагает рассматривать интенциональность как свойство семантико-прагматической функции формы (слова), проявляющееся в большей или меньшей степени.

Объектом анализа является интенциональное содержание текста/ высказывания в научном тексте словарной статьи. Предметом изучения стали тексты статей из лингвистических словарей разных типов. Интенциональное содержание трактуется нами как тот аспект смысла высказывания, который включает в себя все, что отражает замысел (намерения, цели, коммуникативная направленность и ориентация говорящего и слушающего на общие / различные presupпозиции).

Интенции в научном тексте отличаются своеобразием (см., например, [Баженова 2012]). Это проявляется в двух аспектах: во-первых, в особенностях мотивации читателя, во-вторых, в

способах реализации интенций в тексте. Словарь содержит все признаки научного текста. Однако это специфический текст.

В статье С.Г. Ильенко «О контекстуальном компоненте толкового словаря» словарь представлен как особая «информационная система»: «Если характеризовать словарь как своего рода информационную систему, которая обеспечивает восприятие, понимание, хранение, преобразование и передачу информации, то словарная статья выступит в качестве способа дискретизации информационного континуума словаря и может быть квалифицирована как информатема» [Ильенко 2003: 615].

Мотивация к чтению словаря и работе с ним предполагает обращение к признаку адресованности, в то время как способы реализации интенций в словаре отражают авторскую интерпретацию языкового материала в лексикографической форме. Мы исходим из того, что коммуникативные интенции базируются на мотивах, побуждающих индивида вступать в процесс коммуникации и обуславливающих интерес к партнеру и/или к теме коммуникации.

Адресация – одна из коммуникативно-прагматических категорий текста. В сферу ее действия входят тонкие и слабо ощутимые читателем, но явно выявляемые с помощью лингвистического анализа факты. Анализируемая категория отражает отношение автора к адресату текста. В языке существуют эксплицитные и имплицитные средства адресации. Среди эксплицитных следует отметить: обращения, местоимения, глагольные формы второго лица. Имплицитные средства, как правило, косвенно указывают на характер адресата и связаны с предпочтением автора в выборе языковых средств. Например, на адресата может указывать выбор синонимов, а также доминирование в тексте простых или сложных предложений, предпочитаемый автором тип сложных предложений. В этом мы видим связь адресованности с замыслом высказывания и текста.

Отношение понятий «адресация» и «адресованность» определяется как связь между названием категории, обладающей планом содержания и набором средств выражения, и свойством, признаком, проявляющимся в устном или письменном речевом произведении.

При создании текста, в том числе лексикографического, автор-составитель закладывает показатели адресованности текста.

Можно выделить следующие интенции, связанные с адресованностью текста:

1. Вызвать интерес у читателя.
2. Привлечь определенную группу людей к знакомству со словарем (по возрасту, виду деятельности, уровню и характеру образования ит.п.).
3. Представить актуальную и полезную лингвистическую информацию.
4. Сделать текст доступным и понятным, удобным для использования.
5. Предложить дополнительную полезную для читателя информацию.

Все показатели (маркеры) адресованности текста можно разделить на лингвистические и экстралингвистические. Нужно заметить, что маркеры адресованности не всегда зависят от автора, они могут добавляться, как сознательно, так и подсознательно. Например, оформление обложки как экстралингвистический маркер, который, как правило, не зависит от автора.

Адресация связана с интенциональностью текста как представление о том, кто будет читать текст, направляет мысли и чувства автора, влияет на отбор языковых средств и, в конечном счете, помогает представить текст до момента его написания. В тексте словаря возможно обнаружить интенцию адресации. Чтобы это сделать, необходимо проанализировать лексико-композиционный и грамматический уровни словаря.

На лексико-композиционном уровне словаря как текста коммуникативные интенции, как правило, обнаруживаются в названии и аннотации, в авторском предисловии и отборе языкового материала, композиции словаря как комбинации словарных зон и статей.

Интенциональность грамматических средств связывается прежде всего с «говорящей» и запланированной типизированностью и воспроизводимостью грамматических элементов в тексте словарной статьи.

Лексическая, фразеологическая и орфографическая интенциональность чаще всего лежит на поверхностном уровне понимания и с легкостью осознаётся адресатом.

Следует охарактеризовать основные показатели адресации, которые содержатся: в названии словаря; в аннотации; во вступительной статье, в характере отбора языкового материала и его расположения в словаре, а также на уровне построения (композиции) словарной статьи.

В названии может актуализироваться формат издания (карманный; большой); объем информации (самый полный; словарь; краткий словарь-минимум), содержание (морфемно-орфографический; грамматико-орфографический; частотно-тематический; толково-орфографический); назначение (универсальный; учебный; школьный); способ отбора, группировки и представления материала (тематический; морфемно-орфографический; грамматико-орфографический; частотно-тематический; толково-орфографический); наличие дополнительной информации (словарь с правилами / с комментариями / с приложениями); ограничение языкового материала (морской; православный). В названии может быть зафиксирован адресат: для школьников; для средней школы; в помощь преподавателям русского языка.

В названии авторы словарей часто вступают в диалог с читателем. С точки зрения различий авторских интенций адресованности можно сопоставить императивные и вопросительные названия.

Побуждение к действию: *Пишите и говорите грамотно; Давайте говорить правильно; Различай слова* – ставит автора-составителя над читателем, выстраивая отношения «старший – младший», «учитель – ученик».

Вопросительные конструкции в названиях орфографических словарей направлены на формирование мотивации к изучению языковых норм: *Как проверить «непроверяемое» слово? Слитно или раздельно? Одно или два Н?*

Интенции заинтересовать читателя, привлечь внимание, обозначить актуальность и новизну материала, а также способы его представления побуждают авторов-составителей использовать в

названии слова «новый», «новейший», «современный», «актуальный».

Превосходная степень на обложке «Новейший орфографический словарь для школьников» И. Лапуцкой имплицитно претендует на превосходство над другими словарями.

Необычное название учебного лексикографического издания «Орфографический словарь для школьников с приложениями и грамматикой» Ю. Алабугиной, В. Бурцевой не только привлекает внимание, но и вызывает недоумение у грамотного человека. Порядок слов должен оттолкнуть образованного человека, так как в названии допущена грамматическая ошибка – неоправданная инверсия. (Школьники с приложениями и грамматикой вряд ли нуждаются в орфографическом словаре.)

В аннотации к словарю обычно указывается адресат. Как показывают наблюдения, декларируемый в аннотации адресат не всегда соответствует показателям адресованности лексикографического текста.

В предисловии словаря тональность обращения и средства адресации, как эксплицитные: обращения, местоимения, глагольные формы второго лица, так и имплицитные, косвенно указывающие на характер адресата и связанные с предпочтением автора в выборе языковых средств, выстраивают отношения создателя и пользователя словаря. Например, на адресата может указывать выбор синонимов, а также доминирование в тексте простых или сложных предложений, предпочитаемый автором тип сложных предложений.

Ср. Дорогой друг, в словаре ты найдешь трудные для произношения слова; или Читатель найдет в словаре трудные для написания слова; или В словник вошла лексика, вызывающая орфографические трудности.

Несколько сложнее выявляется грамматическая интенциональность лексикографического текста. Так, например, характер и способ построений дефиниций дает возможность оценить способ, детализацию представления и индивидуальный взгляд на явление. Противопоставление типизированных и индивидуально-авторских ресурсов построения высказывания, выявляемое при составлении текстов словарных статей, позволяет выделить

набор грамматических форм и типы синтаксических конструкций, которые раскрывают авторские интенции. Определение набора коммуникативных интенций и их описание становится возможным благодаря анализу коммуникативно-прагматических функций грамматических форм и конструкций с точки зрения намеренности/ ненамеренности (облигаторности) их употребления в тексте. Такой тип изучения грамматических категорий представляет собой функционально-грамматический интен-анализ. Текст словарной статьи в ходе интен-анализа раскрывает речевую индивидуальность ученого – составителя словаря.

Сильной позицией текста является начало. Для примера приведем предложения, начинающие вступительные статьи нескольких школьных орфографических словарей.

Слова в словаре расположены в алфавитном порядке [Школьный орфографический словарь 2015: 3] – первое предложение и последующий текст вступительной статьи свидетельствует о том, что составитель обращается к читателю, который никогда не видел орфографический словарь. Трюистическое содержание, простая лексика, прямой порядок слов указывают на характер адресата.

Безошибочное письмо, или орфографическая грамотность, является одним из важнейших показателей общей культуры человека [Баранов 2014: 3] – первое предложение, как и первый абзац в целом, дает читателю установку на изучение орфографии и знакомство с орфографическим словарем.

Предлагаемый читателю орфографический словарь русского языка содержит около 100000 слов и словоформ, как исконно русских, так и заимствованных из других языков. В книге читатель найдет самую разнообразную лексику [Климова 2015: 3] – основная интенция – презентация книги. Автор предисловия настойчиво повторяет слово «читатель». Словарь не ориентирован на школьников, хотя именно этот адресат указан в аннотации.

Отбор материала, способ его представления указывают на адресата и выявляют коммуникативные интенции.

Отдельно отметим выбор словарных помет, который, с одной стороны, решает прикладные задачи словаря, с другой – всегда ориентирован на адресата.

Умение пользоваться словарем – одна из лингвистических компетентностей, приобретаемых в рамках школьного курса русского языка. Формулировка «Читаю и перевожу со словарем» обозначает начальный уровень владения языком, как правило, иностранным. Однако умение использовать словари при анализе и интерпретации текста указывает на высокий уровень речемыслительных и речевых операций языковой личности.

Вполне возможно представить никому не адресованный орфографический словарь. Например, *словарь написания «пол-» с географическими названиями*. «Пол-» всегда имеет дефисное написание с географическими названиями, поэтому словарь бесмыслен.

Исследование способов и возможностей лексикографического представления различных сфер языкового существования – одно из перспективнейших направлений современной лингвистики.

ЛИТЕРАТУРА

Баженова Е.А. Средства адресации в научном тексте // Медиаскоп. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1240>

Бондарко А.В. К проблеме интенциональности в грамматике // Вопросы языкознания. – №2 – 1994. С. 29-42.

Ильенко С.Г. О контекстуальном компоненте толкового словаря // Ильенко С.Г. Русистика: Избранные труды. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2003. – 674 с. С. 614-619.

Козырев В.А., Черняк В.Д. Лексикография русского языка: век нынешний и век минувший: монография. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2014. – 571 с.

СЛОВАРИ

Алабугина Ю., Бурцева В. Орфографический словарь для школьников с приложениями и грамматикой. – М.: АСТ, 2013. – 640 с.

Баранов М.Т. Школьный орфографический словарь русского языка. 5-11 классы. 17-е изд., перераб. – М.: Просвещение, 2014. – 256 с.

Климова М.В. Орфографический словарь современного русского языка. 100000 слов. – М.: «Аделант», 2015. – 800 с.

Лапуцкая И.И. Новейший орфографический словарь для школьников. – Минск: Харвест, 2008. – 944 с.

Школьный орфографический словарь. – М.: ВАКО, 2015. – 288 с.

© Дунев А. И., 2016