

УДК 069.15:316.77

Кирилова І. Р.
Шуменський університет
імені Єпископа Константина Преславського,
Республіка Болгарія

МУЗЕЙНА ЕКСКУРСИОННА БЕСЕДА В РАКУРСЕ ПРОБЛЕМ МЕЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

В даній статті розглянуті проблеми спілкування між екскурсоводом і відвідувачами музею з точки зору міжкультурної комунікації. Розглядається специфіка музейної роботи з туристами, розкриваються характеристики міжкультурної комунікації в середовищі музейного туризму і умови успішної міжкультурної комунікації. Виявляються умови подолання комунікативних бар'єрів в музейному просторі.

Ключові слова: музей, міжкультурна комунікація, комунікаційні бар'єри, туризм, екскурсійне обслуговування

Туризм є невід'ємною частиною життя сучасних людей і однією з найважливіших форм міжкультурних контактів, ефективним засобом взаємообогачення різних культур. Культурні контакти мали місце в усі часи і в усіх регіонах земної кулі. Взаємодія між культурами – невід'ємна частина культурно-історичного процесу. Але в останні часи почався процес якісного перетворення цього взаємодія, що привело до глобальної взаємозалежності культур. Культурні контакти, продовжуючи залишатися стимулом самобутнього національного розвитку, стали фактором процесу світової інтеграції, засобом формування єдиної системи світових зв'язів. І ця тенденція цілком закономірна: процес саморозвитку культурних систем передбачає постійне взаємодія складових їх структурних одиниць. Він є можливим за умови взаємообогачаючого діалогу культурних світів, кожен з яких своїми глибинами і унікальністю виявляє і розкриває в зоні культурної комунікації.

За думкою М. С. Кагана, сьогодні міжкультурні контакти розвиваються в специфічному культурному і соціально-психологічному контексті. Інтерес до іншої культури викликаний, в першу чергу, потребою в інших культурних світах знайти зародки стратегій виживання людини і суспільства; в другу чергу, потребою виробити новий образ світу, здатний забезпечити стійку ідентифікацію [5, с. 35].

В цій зв'язі культурно-пізнавальний туризм може стати важливим засобом задоволення цих потреб. Сьогодні під культурним туризмом розуміються «любі переміщення людей, здійснювані з метою задоволення людської потреби в зміні, пов'язаної з підвищенням культурного рівня індивіда, і в свою чергу, даючі можливість для отримання нових знань, досвіду і знайомств» [1, с. 278]. Культурно-пізнавальні подорожі виховують культурну толерантність, углубляють взаєморозуміння між представниками різних культур, сприяють формуванню соціально-культурної ідентичності. Туризм можна розглядати як діалогічну по своїй природі форму зустрічі культур, яка, з однієї сторони, сприяє углубленню культурного самосвідомості і формуванню культурної ідентичності туриста, а з іншої, веде до взаємообогачення культурних систем за рахунок взаємозаміни культурним досвідом.

Музей всегда был центром притяжения для туристов. Музейный туризм является одной из составляющих культурно-познавательного туризма, заключающейся в использовании туристского потенциала самих музеев и прилегающих к ним территорий. Музеи – научно-исследовательские и научно-просветительские учреждения, осуществляющие комплектование, хранение, изучение и популяризацию памятников естественной истории, материальной и духовной культуры [2, с. 13].

А. В. Романчук отмечает, что музейный туризм должен быть органично включен в процессы, составляющие и определяющие современную культуру. Культура естественным образом детерминирует тип, характер и функции своих музейных образований как непосредственно, так и опосредованно – через особенности восприятия эпохи. Музей как культурная форма иманентен культуре, он всегда существует в ней и меняется вместе с ней. Решение вопроса о включении музея в маршруты культурного туризма, степень востребованности музея туристической сферой в этом смысле зависит от его качества. Вместе с культурой в целом в XXI в. радикально трансформировался и музей. В перспективе большинство музеев будут продолжать укреплять свое взаимодействие с окружающим обществом. Раньше главным в определении статуса музея были его коллекции. Сегодня эта точка зрения меняется: в центре деятельности музея – посетитель. Вырабатывается новый подход к пониманию сущности музея и его общественного предназначения. Во главу угла поставлен не музейный предмет с его свойствами и функциями, а вовлеченный в сферу деятельности музея человек со свойственными ему социокультурными, психологическими и возрастными особенностями [9].

В этой связи специалисты по музееведению справедливо придерживаются именно такого взгляда, что экскурсия в музее является одним из основных видов культурно-образовательной и воспитательной деятельности [3, с. 104; 10, с. 127]. Б. А. Столяров указывает, что сегодня нет, практически, ни одного музея, который бы не строил свою деятельность преимущественно на основе экскурсий, поскольку именно экскурсия является одной из тех традиционных форм, с которой началось становление культурно-образовательной деятельности музея. Автор определяет экскурсию как форму образовательной (просветительской) деятельности, содержанием которой является комплексное (визуальное, вербальное, эмоциональное) восприятие предлагаемых экскурсионным маршрутом визуальных объектов с целью приобретения знаний и впечатлений [10, с. 127].

Экскурсоводу в музее отведена большая роль, так как именно качественное экскурсоводческое обслуживание создает благоприятные условия для восприятия и усвоения информации, которая заложена в экспозиции музея. Т. Ю. Юренева обращает внимание на то, что важнейший критерий профессионализма экскурсовода – это свободное владение темой. Любая допущенная им ошибка или неточность способны вызвать недоверие группы и сомнение в компетентности экскурсовода. Однако в экскурсии важна не только содержательная часть, но и форма подачи материала [13, с. 473].

Экскурсия – специфический вид деятельности специалиста-экскурсовода, но нельзя признать правильным утверждение, что экскурсия, будучи работой для экскурсовода, является отдыхом для туристов. Участие в экскурсионном процессе – работа сложная, а поэтому трудная для обеих сторон – экскурсовода и туристов. По мнению Б. В. Емельянова, деятельность туристов находит свое выражение в таких активных формах, как наблюдение, изучение, исследование объектов. Б. В. Емельянов отмечает, что экскурсия как форма прямого общения предполагает взаимосвязь и взаимодействие субъектов (экскурсовода и туристов) на основе их совместной

деятельности. Являясь специфической формой общения, экскурсия дает возможность туристам получить значительный объем информации, формирует способы мыслительной деятельности. Общаясь с экскурсоводом, турист при помощи подражания и заимствования, сопереживания и идентификации усваивает человеческие эмоции, чувства, формы поведения [4, с. 22].

В настоящее время экскурсия является одной из самых активно развивающихся форм музейной деятельности. И. А. Макеева объясняет это тем, что музейной экскурсии присуща важнейшая, определяющая ее перспективность особенность – опора на музейный предмет, взаимодействие с музейным предметом, использование его потенциала в освоении культурного наследия, внедрение знаний о конкретных музейных экспонатах в коммуникативный музейный процесс, что представляется одним из основополагающих признаков музейной экскурсии. Именно это свойство экскурсии определяет ее поистине музейный характер, дающий право характеризовать музейную экскурсию как базовую форму музейно-педагогической деятельности в музее [7].

Музейная экскурсия направлена на удовлетворение потребностей аудитории различного возрастного и образовательного уровня в познании, людей, пришедших в музей в силу различной мотивации, имеющих разную степень подготовленности, и предполагает значительную подготовительную работу, соблюдение определенных правил. Этапы подготовки экскурсии могут быть представлены следующим образом. Первый этап соотносится со сферой деятельности экскурсовода как научного работника, который, готовя экскурсию, должен сформулировать ее название и определить целевую направленность, изучить источники и литературу, сделать необходимые выписки, составить библиографию и картотеку. На втором этапе выявляется музейная специфика труда специалиста, которому необходимо изучить экспозицию и отобрать объекты показа (как основные, так и дополнительные), познакомиться с научными описаниями и паспортами отобранных экспонатов, наметить маршрут (с учетом времени показа каждого объекта), определить оптимальные приемы показа, продумать логические переходы от одного объекта к другому. Прделанная работа находит выражение в тексте экскурсионной беседы. Помимо текста беседы рекомендуется составить еще два методических документа. Первый – это план экскурсии, в котором в сжатом виде фиксируются цель экскурсии, темы и подтемы, их краткое содержание, демонстрируемые экспонаты, время их показа. Этот план отрабатывается на практике в процессе общения с аудиторией, после чего составляется второй итоговый документ, который получил название методической разработки экскурсии. Методическая разработка экскурсии строится в основном по той же графической схеме, что и первый документ, но уже с подробным перечнем используемых методических приемов [7; 11, с. 28].

Т. Ю. Юренева указывает, что музейная экскурсия состоит из трех частей: вступительной беседы, основной части и заключительной беседы. Во вступительной беседе, представившись группе, экскурсовод выясняет для себя состав аудитории, сообщает краткие сведения о музее, о теме экскурсии и порядке ее проведения. Во вступительной беседе важен не объем сообщаемой информации, а умение экскурсовода расположить к себе людей. Этому способствует его приветливость, доброжелательность, непринужденность во взаимоотношениях с аудиторией, готовность учитывать ее интересы и пожелания. В заключительной беседе, которая традиционно состоит из ответов на вопросы, экскурсоводу следует кратко обобщить содержательную сторону экскурсии, сконцентрировав внимание экскурсантов на главном, поинтересоваться их впечатлениями от только что увиденного и

услышанного, постараться закрепить в них положительные эмоции, с которыми человек и должен покидать музей [13, с. 474].

Самой большой трудностью в организации музейного дела является экскурсионная и воспитательная работа музеев с людьми разных возрастных, социально-профессиональных, этноконфессиональных и других групп населения. Музейная экскурсия предполагает вхождение в иную культуру через процесс коммуникации и общения. Независимо от человека происходит ценностно-смысловой обмен, осуществляется межкультурная коммуникация. Межкультурная коммуникация – коммуникация, происходящая одновременно внутри двух и более культур, и в этом смысле любая разновидность туризма, в том числе и музейного, в чужой культуре представляет собой межкультурную коммуникацию [1, с. 264; 9].

А. В. Романчук указывает, что межкультурная коммуникация в среде музейного туризма имеет свои специфические характеристики по таким параметрам, как продолжительность, вовлеченность, интенсивность, когнитивность. По мнению автора, встреча нескольких культур происходит в двух формах: субъектной и объектной.

Под субъектной формой межкультурной коммуникации в музее понимается коммуникация между людьми. При этом можно выделить такие виды коммуникации в этой среде, как институциональная (уровень организации и управления) и межличностная (между отдельными индивидами и группами). Под объектной формой межкультурной коммуникации понимается коммуникация между субъектом и предметами культуры и искусства, часто в процессе невербальной коммуникации. В этом случае можно говорить о передаче информации через архитектуру и музейные экспонаты.

Продолжительность межкультурной коммуникации в музее в субъектной форме чаще всего является краткосрочной в межличностной форме. В своей институциональной форме межкультурная коммуникация является, как правило, долгосрочной, но дискретной. В объектной форме межкультурная коммуникация в музейном туризме краткосрочна: встреча субъекта с каким-то объектом определяется временем пребывания субъекта в чужой культуре. Показателем продолжительности межкультурной коммуникации служит количество времени, проведенного в чужой культуре за одно посещение, или общее время по накопительной схеме.

Вовлеченность субъекта в процесс межкультурной коммуникации предполагает его умение установить в той или иной форме диалог с чужой культурой и погрузиться в нее. Турист стремится не просто к изучению, но к пониманию иной культуры, а это означает приближение к ней, что определяет ее воспитательное значение. Освоение иной культуры происходит не с чистого листа. Человек уже имеет некоторые предварительные знания и мнения об изучаемом культурном объекте. Новые восприятия накладываются на уже имеющиеся смыслы и ценности, дополняют или меняют их. Ценностно-смысловые пласты определяют понимание изучаемой культуры, влияют на процессы интерпретации и осмысления новой культуры.

Процесс познания в музейном туризме – сугубо личностный, по-особому мотивированный. Если человек пускается в путешествие ради какой-либо культурной реликвии, претерпевая при этом определенные неудобства, значит, отношение человека к этому артефакту культуры выходит за границы обыденного, оно обязательно эмоционально окрашено. Музеи уровня Лувра, Эрмитажа и др. – это не просто объект познавательного интереса, а, в определенном смысле, культовые объекты.

К субъективным факторам, определяющим вовлеченность, можно отнести такие, как степень владения языком чужой культуры, степень личностной открытости,

гибкости и активности. Невладение языком чужой культуры делает процесс коммуникации опосредованным – через экскурсовода, что резко снижает степень вовлеченности субъекта в процесс. К объективным факторам, влияющим на вовлеченность, можно отнести, главным образом, степень чужеродности культуры, с которой сталкивается субъект, и условия тура, снимающие трудности пребывания в чужой культуре. Показателем вовлеченности может служить величина комфортности самоощущения индивида в этой культуре.

Интенсивность межкультурной коммуникации предполагает частоту контактов с субъектами и объектами. К субъективным факторам, определяющим интенсивность, можно отнести такие личностные характеристики субъекта, как степень владения языком чужой культуры, степень адаптации к чужой культуре, цели погружения в чужую культуру. К объективным факторам в этом случае можно отнести насыщенность экскурсионной программы.

Когнитивность предполагает способность субъекта познавать и накапливать новую информацию в процессе межкультурной коммуникации. Когнитивность определяется степенью знакомства с данной культурой, интеллектуальными способностями субъекта, его образованностью, предыдущим опытом межкультурной коммуникации и накопленными знаниями. К объективным факторам в данном случае можно отнести среду и воспитание субъекта, соответствие музейной экскурсии интересам и ожиданиям субъекта. Показателем когнитивности является сумма полученных и усвоенных в ходе экскурсии всевозможных знаний, начиная от ежедневных, бытовых вещей до высоких культурных ценностей, а также желание расширить свое знакомство, как с данной культурой, так и с другими чужими культурами.

Своеобразие межкультурной коммуникации в сфере музейного туризма проявляется в том, что объем воспринятой невербальной информации часто превышает объем воспринятой вербальной информации. Невербальная информация, однако, вербализуется в памяти и в последующих коммуникационных актах с другими субъектами. Эти показатели можно ранжировать для определения успешности музейной экскурсии, а также для исследования процесса межкультурной коммуникации.

Ценностный аспект является основной характеристикой музейного туризма. В процессе музейной экскурсии, в принципе, невозможно достижение собственно познавательного результата хорошего научного уровня. В плане истинного знания человек больше получит в библиотеке. Встреча с иной культурой в музее дает нечто большее – осуществление ожиданий, непосредственное приближение к культуре. Это позволяет вступить в общение с иной культурой на уровне ее ментальности, ее духа, не только сознательного, но и бессознательного контакта [9].

Для процесса межкультурной коммуникации в музее, прежде всего, актуально не только общение между представителями разных культур, но и то, что даже внутри этнической целостности, даже в среде людей, говорящих на одном языке, общество поликультурно, и демаркация культур может проходить по разным критериям: не только этническому, но и возрастному, половому, статусному, профессиональному, ценностному. Музеи в современном мире имеют высокий социальный статус и высокий спрос на результаты своей деятельности. По мнению специалистов, возрастающие потребности общества в исторической и естественнонаучной информации, а также в ее разнообразной культурологической интерпретации стали причинами расцвета музеев. В меняющихся исторических и социальных условиях музеи, продолжая оставаться хранителями культурного наследия, переживают

серьезные трансформации, превращаясь в систему, все более открытую обществу, ориентированную на удовлетворение его запросов своими коллекциями и исследованиями. Создавая свой новый имидж, музеи пересматривают и содержание работы, стремясь соответствовать потребностям современного человека. Все чаще они приобретают черты культурного центра, способного выполнять полифункциональные задачи – образовательно-воспитательные и развлекательно-рекреационные. Информационные и экспрессивные возможности воздействия музейных предметов на посетителей, а также познавательные и культурные запросы общества к музею обуславливают выполнение его образовательной миссии. Ее специфика заключается в том, что музей не только аккумулирует историко-культурный опыт, но и транслирует его. Особенность музейной формы передачи информации состоит в том, что музейная экспозиция как модель действительности через конкретные музейные предметы передает не просто факты, но суждения, представления и отношения к ним. Современный уровень развития экспозиции как основной формы взаимодействия с посетителем определяет необходимость разработки новых, наиболее эффективных подходов к ее совершенствованию, которые проявляются: в изменении методологии экспозиции, основанной на так называемом концептуальном подходе или сценарии, предполагающем разработку как научной, так и художественной концепции представляемого материала; в активном использовании в экспозиции аудиовизуальных средств, что является способом усиления эмоционального воздействия; в ансамблевом показе музейных экспонатов, основанном на представлении музейных предметов в их естественной жизненной взаимосвязи [6; 8; 12, с. 47–50].

Музей – это уникальное пространство, призванное служить межкультурному общению, информационному и ценностному обмену между различными социальными общностями, этносами, поколениями, профессиональными, возрастными, территориальными и иными субкультурами. В литературе понятие межкультурной коммуникации в музейном пространстве не разработано. Рассмотрение музейной экскурсионной беседы в ракурсе проблем межкультурной коммуникации и представление о музее как о важном элементе инфраструктуры культурной коммуникации может послужить основой функциональной модели музея, определяющей те целевые ориентиры, которыми музей мог руководствоваться в своем развитии.

Л и т е р а т у р а :

1. *Александрова А. Ю.* Международный туризм / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 470 с.
2. *Бонева В.* Музеи и туризм в България / В. Бонева. – В. Търново : Фабер, 2011. – 185 с.
3. *Гужова Л. Г.* Музееведение / Л. Г. Гудова; под ред. доц. Н. В. Мягиной]. – Владимир : Изд-во Владим. гос. ун-та, 2010. – 116 с.
4. *Емельянов Б. В.* Экскурсоведение / Б. В. Емельянов. – М. : Советский спорт, 2007. – 216 с.
5. *Каган М. С.* Психология общения / М. С. Коган. – М. : Политиздат, 1980. – 376 с.
6. *Ляшко А. В.* Музейный туризм – эволюция формата / А. В. Ляшко // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. – СПб. : Изд. СПб. ун-та, 2012. – Вып. 3. – С. 21–27.
7. *Макеева И. А.* Воспитательный потенциал музейной экскурсии: теоретико-прикладные аспекты / И. А. Макеева // Педагогическое мастерство : материалы II междунар. науч. конф. (г. Москва, декабрь 2012 г.). – М. : Буки-Веди, 2012. – С. 175–178.
8. *Мастеница Е. Н.* Музей и турист: управление процессом межкультурной коммуникации / Е. Н. Мастеница, Л. М. Шляхтина. – Менеджмент. Наука. Образование. Культура : сб. науч. тр. – СПб. : СПбГУКИ, 2003. – С. 194–208.
9. *Романчук А. В.* Музейный туризм : учебно-методическое пособие / А. В. Романчук. – СПб. : Изд. СПб. ун-та, 2010. – 47 с.

10. Столяров Б. А. Музейная педагогика. История, теория, практика : уч. пос. / Б. А. Столяров. – М. : Высшая школа, 2004. – 216 с.
11. Томилов Н. А. Музеология как отрасль знания / Н. А. Томилов. – Омск : Наука, 2012. – 100 с.
12. Трошина Т. М. Современный интерактивный музей как пространство толерантности / Т. М. Трошина. – Екатеринбург : Изд. Уральского гос. ун-та, 2008. – 75 с.
13. Юренева Т. Ю. Музееведение : учебник для высшей школы / Т. Ю. Юренева. – М. : Академический Проект, 2003. – 560 с.

References:

1. Aleksandrova A. Yu. Mezhdunarodnyy turizm [International tourism] / A. Yu. Aleksandrova. – М. : Aspekt Press, 2004. – 470 s.
2. Boneva V. Muzei i turizm v B"lgariya [Museums and tourism in Bulgaria] / V. Boneva. – V. T"rnovo : Faber, 2011. – 185 s.
3. Guzhova L. G. Muzeeyevdeniye [Museology] / L. G. Gudova ; pod red. dots. N. V. Myagtinoy]. – Vladimir : Izd-vo Vladim. gos. un-ta, 2010. – 116 s.
4. Yemel'yanov B. V. Ekskursovedeniye [Excursus] / B. V. Yemel'yanov. – М. : Sovetskiy sport, 2007. – 216 s.
5. Kagan M. S. Psikhologiya obshcheniya [Psychology of Communication] / M. S. Kogan. – М. : Politizdat, 1980. – 376 s.
6. Lyashko A. V. Muzeynyy turizm – evolyutsiya formata [Museum tourism – format evolution] / A. V. Lyashko // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 6. – SPb. : Izd. SPb. un-ta, 2012. – Vyp. 3. – S. 21–27.
7. Makeyeva I. A. Vospitatel'nyy potentsial muzeynoy ekskursii: teoretiko-prikladnyye aspekty [Educational potential of the museum excursion: theoretical and applied aspects] / I. A. Makeyeva // Pedagogicheskoye masterstvo : materialy II mezhdunar. nauch. konf. (g. Moskva, dekabr' 2012 g.). – М. : Buki-Vedi, 2012. – S. 175–178.
8. Mastenitsa Ye. N. Muzey i turist: upravleniye protsessom mezhkul'turnoy kommunikatsii [Museum and tourist: management of the process of intercultural communication] / Ye. N. Mastenitsa, L. M. Shlyakhtina. – Menedzhment. Nauka. Obrazovaniye. Kul'tura : sb. nauch. tr. – SPb. : SPbGUKI, 2003. – S. 194–208.
9. Romanchuk A. V. Muzeynyy turizm: Uchebno-metodicheskoye posobiye [Museum tourism: Educational-methodical manual] / A. V. Romanchuk. – SPb. : Izd. SPb. un-ta, 2010. – 47 s.
10. Stolyarov B. A. Muzeynaya pedagogika. Istoriya, teoriya, praktika [Museum pedagogy. History, theory, practice] : uch. pos. / B. A. Stolyarov. – М. : Vysshaya shkola, 2004. – 216 s.
11. Tomilov N. A. Muzeologiya kak otrasl' znaniya [Museology as a branch of knowledge] / N. A. Tomilov. – Омск : Nauka, 2012. – 100 s.
12. Troshina T. M. Sovremennyy interaktivnyy muzey kak prostranstvo tolerantnosti [Modern interactive museum as a space of tolerance] / T. M. Troshina. – Yekaterinburg : Izd. Ural'skogo gos. un-ta, 2008. – 75 s.
13. Yureneva T. YU. Muzeeyevdeniye [Museology] : uchebnyy dlya vysshey shkoly / T. YU. Yureneva. – М. : Akademicheskyy Proyekt, 2003. – 560 s.

Кирилова І. Р. Музейна екскурсійна бесіда у ракурсі проблем міжкультурної комунікації.

У статті розглянуті проблеми спілкування між екскурсиводом і відвідувачами музею з позиції міжкультурної комунікації. Розглянуто специфіку музейної роботи з туристами, характеристики міжкультурної комунікації в середовищі музейного туризму й умови успішної міжкультурної комунікації. Виявлено шляхи подолання комунікативних бар'єрів у музейному просторі.

Ключові слова: музей, міжкультурна комунікація, комунікаційні бар'єри, туризм, екскурсійне обслуговування.

Kirilova I. R. Museum Excursion Guide Text from point of view Cross-Cultural Communication.

This article explores issues of intercultural transfer in museum texts from a cross-cultural pragmatics perspective. Communication is a universal element of human interaction, which can be thought of in the most basic sense as form and content, but also in terms of intent, success or failure, in terms of its social consequences as well as power relations, and in terms of ideologies in general and those of communication in particular. From a cognitive perspective, communication is shaped by the world we live in, while from a social psychological perspective, communication shapes the world we live in. The basic conditions for successful cross-cultural communication, the specific of museum's practice are considered. The condition of overcoming

barriers of communication in the space of museum are investigated. In article some new forms of the organization of museum space and methods of work with museum audience are considered.

Keywords: *museum, excursion guide text, cross-cultural communication, barriers of communication, tourism, excursion service*

УДК 81'42

Ковальчук Т. С.
Военная академия,
г. Одесса, Украина

ПРИДАТОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ УСЛОВИЯ КАК ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ЗОНЫ БИФУРКАЦИИ

В статье обосновывается необходимость междисциплинарного подхода к изучению материальной стороны языковой системы. Усиление экспланаторного потенциала науки о языке видится в применении новой для лингвистики концептуальной сетки – синергетической, позволяющей моделировать язык и его составляющие как саморегулируемую систему. В частности, предлагается рассматривать условные конструкции как своеобразные зоны бифуркации, содержащие множество потенциальных вариантов следственной части.

Ключевые слова: *лингвосинергетика, бифуркация, сложная система, условное предложение, парцеллят.*

Современная лингвистика характеризуется многовекторностью исследований единиц и подсистем языка с привлечением широкого спектра методов научного анализа, в том числе разработанных в рамках смежных дисциплин – философии, психологии, логики, социологии, культурологии, когнитивистики, синергетики и др. Интеграция подходов позволяет исследователю рассмотреть объект анализа с нового ракурса, что способствует приращению нашего знания о языке и мире в целом.

В последнее время наблюдается актуализация исследований в рамках синергетической научной парадигмы, призванной усилить экспланаторный потенциал науки о языке в результате конструктивного приложения к лингвистическим студиям методологии и категорий синергетики. В частности, в украинской школе лингвосинергетики успешно развиваются такие направления, как диахроническая лингвосинергетика (см. работы Т. И. Домброван), синергетика словообразования (С. М. Еникеева), синергетика дискурса (Л. С. Пихтовникова); литературоведческая синергетика представлена в работах Е. А. Семенец (синергетика поэтического творчества), В. И. Силантьевой (синергетика литературоведения и искусствоведения), Е. Г. Фоменко (самоорганизация постмодернистского романа и идиостиль). Достоинством работ школы является их ясная научная перспектива развития, дающая возможность продолжать синергетические исследования ученикам и последователям [8, с. 5].

Применение новой для лингвистики концептуальной сетки открывает неограниченные возможности для изучения синергетических свойств как всей языковой системы, так и отдельных ее подсистем, и звеньев. Актуальность параметризации системы языка через призму лингвосинергетики обусловлена общенаучной нацеленностью на междисциплинарную методологию исследования процессов самоорганизации открытых, сложных, нелинейных, т. е. синергетических, систем объективного мира, одной из которых является язык.