

Секция IV.

Изучение функциональных стилей, жанров, идиолектов

Некоторые лингвистические особенности современного кроссворда

И. В. Абрамец

Восточноукраинский национальный университет им. В. Даля (Луганск, Украина)

Ida-abramec@rambler.ru

Кроссворд, СМИ, игра, юмор, политизация

Summary. In this report several language and style features of the modern crossword has been marked: variety of the ways presentation for the matching word; spread usage of the precedential texts; humorous definitions character; style reductions; crossword politicization.

1. Коммуникативной сущностью кроссворда всегда была **игра**, форма досуга, развлечения, но — интеллектуального. Основным источником кроссвордов были печатные СМИ — газета, журнал. В качестве эталона кроссвордных текстов советского времени можно принять кроссворды журнала «Огонек». В них все чинно и благородно — темы (литература, театр, музыка, спорт, фауна, наука и т. п.) и язык изложения, выдержанный в стиле энциклопедических толкований, должны соответствовать требованиям ясности, логической четкости, лаконичности и стилистической нейтральности. И ни шага, ни полшага в сторону от этой генеральной линии — по традиции и во избежание санкций. Читатели того времени тоже любили кроссворды, разгадывали их «наедине с собой» и в коллективах — в семье, на работе и с попутчиком в дороге. Жизнь кроссворда этим ограничивалась.

2. В наши рыночные времена коммуникативные границы кроссворда раздвинулись. Он вовлечен в массово-коммуникативную деятельность как явление **культуры** и как **игра**. Эта новая жизнь кроссворда имеет несколько проявлений: кроссворды теперь публикуют почти все печатные СМИ; в огромном количестве появились сборники кроссвордов; кроссворд стал использоваться для **рекламы** и попал под действие еще одного процесса — **политизации**. Основной формой политических шуток в кроссвордах является ерничанье по поводу различных реалий советской и теперешней действительности: *Человек без царя в голове, но не коммунист; Комсомольские две копейки как вклад в общее дело; Птица мутант с российского герба; Могильщик буржуазии, забывший, что нельзя рыть яму другому и т. п.*

3. Отмеченная **полифункциональность** кроссвордов не могла не отразиться на их тематике и **языке**, которые сделали огромный шаг влево, в сторону раскрепощения. Первое, что бросается в глаза при анализе кроссвордных текстов, это **юмор**, обилие разного рода шуточных обыгрываний темы. Ср.: *Сарделька, посидевшая на диете* (Сосиска); *Театральный жанр, «замыленный» в сериалах* (Мелодрама); *Маньяк, покусившийся на Муху-цокотуху* (Паук); *Жертва Герасима* (Муму); *Футляр покойника* (Гроб).

4. Юмор обеспечивает кроссворду **разговорную** интонацию: *Умелец ханнуть свое за чужой счет; Хищник-вонючка из Америки, от запаха которого неделю не отмоешься*. Помимо разговорных, в кроссвордах часты языковые средства явно просторечного характера — бранные, вульгаризмы и т. п.: *Злая бабка* (Карга); *И словесный, и дизентерийный; Пятая точка*. Толкования на грани фола или даже вне этических норм и правил соседствуют в кроссвордах с обычными, нейтральными. Такой **контраст** способствует созданию общего эмоционального колорита ироничности, сарказма, атмосферы вольности, раскрепощенности от традиций, доходящей до языкового и тематического беспредела

[2: 231–238]. В подтверждение сказанного приведем несколько слов-отгадок: *Секс, Хряк, Тrepач, Кума, Рюмка, Тетка, Бабки, Трешка, Балаболка, Скупердяйка, Выпивуха, Одурь, Ньюни, Слюни, Дуля, Мокрушник, Оргия, Дура, Аборт* и т. п.

5. Способы представления искомого слова в современных кроссвордах разнообразны, чего нельзя сказать о кроссвордах типа «огоньковский». Для толкований в юмористическом ключе часто используются разного рода прецедентные тексты, в том числе ФЕ, легко входящие в языковую игру; *Могильщик буржуазии, забывший, что нельзя рыть яму другому* (Пролетариат); *Палец на руководящей работе* (Перст); *Качество, необходимое для того, чтобы, сворачивая горы, не свернуть себе шею; Писатель на могильных плитах* (Гравер); *Вырожденец, которому кое-что человеческое уже чуждо* (Дегенерат); *Неприятнь без видимых, как правило, причин* (Антипатия); *Почему-то только до него доводит язык* (Киев).

Прецедентные тексты часто причудливо трансформируются, принимая форму загадки, расщепляясь на толкование и разгадку: *Полевое убежище для иголки* (Стог); *Коварное оружие Амура* (Стрела); *Дорогая часть ока* (Зеница). Именно здесь сосредоточены самые остроумные толкования: *Свинья по отношению к апельсинам* (Профан); *Альтернатива журавлю в небе* (Синица); *Выводит белье на чистую воду* (Прачка); *Хозяин драной козы* (Сидор); *Весилка для лапши* (Уши); *Черное творение К. Малевича* (Квадрат).

В приведенных примерах модернизация прецедентных текстов сопряжена с семантическими преобразованиями в юмористическом ключе, поэтому именно этот прием наиболее привлекателен для дальнейшего изучения.

Выявленные изменения кроссвордного дискурса, адекватно отражающие общие закономерности развития русского языка на рубеже XX–XXI вв., обусловлены изменением статуса и функций кроссворда в СМИ, где он втянут в процессы коммерциализации и политизации. Поэтому можно говорить о том, что кроссворд входит теперь в круг дискурсов, способных выполнять коммуникативную функцию воздействия, чего не имели кроссворды чисто интеллектуального типа, и заслуживает изучения (В. В. Красных).

Литература

1. Захаренко И. В., Красных В. В. Русская когнитивная база и русское культурное пространство в зеркале кроссвордов // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. Вып. 5. М., 1998 (= http://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_index.html).
2. Костомаров В. Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. М., 2005.

Использование латиницы в рекламном тексте как средство проявления современной межкультурной коммуникации

Л. П. Амири

Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону)

zxw2003@mail.ru

Д. Фоулер

Университет штата Индиана, г. Индианаполис, США

gfowler@indiana.edu

Язык рекламы, языковая игра, графические приемы трансформации рекламного текста, межкультурная коммуникация в рекламе, межъязыковая омонимия

Summary. This paper is devoted to the use of Latin type in contemporary Russian advertising. The authors propose a typology of such usage, based on both the formal and functional of the Latin alphabet material in Russian texts. Examples cited range from purely formal (e. g., exploiting the physical form of the Latin letter *i*) to contentful (i. e., cases in which the Latin alphabet segments have their own meaning in the source language, above all English, and this “linguistic intertextuality” enriches the Russian text for those who know the source meaning).

Одной из характерных особенностей текстов современно-го российского рекламного дискурса стало частое использование латиницы. Особенно распространенным стало написание латиницей ряда букв или части русского слова. Исследователи считают, что «все более распространяющийся вид игры с иноязычностью — манипулирование двумя алфавитами, кириллическим и латинским, используется как средство привлечения внимания, создание особой выразительности» [1: 520].

Анализ рекламных текстов показал, что характерным для языка рекламы является:

- замена одной буквы латинским шрифтом: *22 февраля «блинное меню» проводы масленицы с 18.00 за strike — блинные призы с 20.00 — специальная программа — казакі, пиво, блины, водочка...* На первый взгляд может показаться, что это стилизация под старославянский язык, так как в кириллице присутствовала буква *i*, совпадающая по графической форме с буквой *i* латинского алфавита. При дальнейшем рассмотрении выясняется, что речь идет о рекламе вечеринки в боулинг-клубе, посвященной проводам масленицы. Особое внимание привлекает англ. слово *strike* — неожиданная удача, а в игре в боулинг *страйк* — «удар, сбивший все кегли». Форма кегли графически напоминает букву *i*, и именно поэтому во всех словах рекламного текста, в которых встречается звук *и*, он был заменен на графему *i*. Графема *i* имеет место в ряде языков, но в данном случае имеет место замена именно на букву латинского алфавита, т. к. данная графема имеет непосредственное отношение к английскому слову *strike*.

- выделение части слова латиницей, обозначающей название рекламируемого продукта или услуги, что, очевидно, связано с интернационализацией общения и направлено на повышение предлагаемого товара в ранге, подчеркивания его иностранного происхождения: *С «MEXX» всегда MEXXмальный успех!* (реклама магазина одежды «MEXX»), *ИскRENнее телевидение* (реклама телевизионного канала REN-TV), *СКАТ современная качественная техника Где иСКАТь пылесос? WWW магазине SKAT.RU! Заказывайте и ...СКАТертью доставка!* (реклама интернет-магазина).

Выделенный сегмент может также обозначать объект рекламы — продукт или услугу, как, например, в рекламном тексте: *SMSки крутые девчонки* (реклама молодежной газеты). Данная языковая ситуация во многом обусловлена тем, что это слово (вернее аббревиатура) на настоящий момент является широко известным всем слоям населения именно в своей родной «английской» графической форме и ее написание латинскими буквами скорее является общепринятой практикой.

Подобное использование латиницы никоим образом не затрудняет восприятие рекламного текста: *ОТМЕНИТЕМ ПО ПОЛНОЙ* (реклама автомобиля «MINI»).

Дополним предыдущие примеры следующими, свидетельствующими о явной «латинизации» языка российской рекламы: *STARый дворик VHS CD CD-ROM DVD mp3 ПРОДАЖА ОБМЕН* (реклама магазина), *КЛИНСКОЕ REDКОЕ* (реклама пива «Клинское»). Приведенные примеры интересны тем, что в них не просто выделена часть слова, а произведена замена части русского слова на английское, имеющее свое собственное значение и придающее тексту допол-

нительный оттенок. Подобные примеры свидетельствуют о межъязыковой омонимии в русском и английском языках (в нашем случае имеет место совпадение звуковой формы одного из сегментов русского слова и графической формы английского слова) и направлены именно на сегмент рынка, владеющий английским языком.

Таким образом, выделенное латиницей название рекламируемого продукта или услуги может 1) изначально иметь иностранное происхождение и быть более известным российскому потребителю именно в своем исконном графическом обозначении при помощи латиницы; 2) иметь российское происхождение, но изначально было создано с привлечением латиницы; 3) изначально иметь российское происхождение и написание кириллицей, но в целях придания рекламному тексту большей экспрессивности быть выделено латиницей.

В последнее время также наметилась тенденция к использованию латиницы при создании таких реалий, как вывески: вывески: *Тюльпан Active Одежда для активньх и успешньх* (магазин «Тюльпан»); обложки тетрадей: *FLoveRS* (тетради Полотняно-заводской бумажной фабрики, 2006 г.).

Таким образом, можно говорить об использовании латиницы не только в рекламном тексте, но и в различных реалиях, хотя нельзя отрицать, что все вышеприведенные примеры имеют отношение к общему полю рекламного дискурса. Данная ситуация подтверждает мнение О. Б. Сиротининой: «Иностранные слова и иностранный шрифт становятся своеобразным стилистическим приемом — как бы показателем высокой компетентности автора» [3: 552].

Исследователи объясняют появление таких приемов тем, что совмещение языков должно удовлетворять новаторские потребности составителей рекламных текстов для создания желаемых эффектов естественности и убеждения на своем родном языке, так как на кон поставлено слишком много того, что касается экономических убытков и лингвистических неудач [4: 196]. Кроме того, иноязычные слова являются действенным экспрессивным средством и ярким стилиобразующим элементом. Широкое распространение выделения части слова латиницей напрямую связано с интернационализацией общения; а выделение в тексте лексических единиц, имеющих самостоятельное значение в английском языке и обыгрывание явления межъязыковой омонимии, в свою очередь, свидетельствует о растущей популярности английского языка и моде на все «иностранное». Таким образом, подтверждается высказывание В. Г. Костомарова о влиянии американской рекламы на российскую: «Вообще во многих случаях очевидно влияние орфографической и графической практики американской рекламы и бизнеса» [2: 213].

Литература

1. Земская Е. А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. М., 2004.
2. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. М., 1994.
3. Сиротинина О. Б. Расширение фигуральных возможностей языка современной российской прессы // Русский язык сегодня. Вып. 2. М., 2003. С. 548–555.
4. Bhatia T. K. Discourse functions and pragmatics of mixing: advertising across cultures // In World Englishes. 11 (2/3). 1992. P. 195–197.

Предвыборная листовка как креолизованный текст

О. К. Андриющенко

Павлодарский государственный педагогический институт

olga_pav_pgpi@mail.ru

Креолизация, текст, вербальный, иконический компонент, листовка

Summary. The author of the research work considers the pre-election leaflet in terms of its synthesis of verbal and non-verbal components, that allows to classify the leaflet as a realized text.

Понятие «креолизованный текст» является сравнительно молодым в рустистике, однако этому явлению уже посвящена не одна диссертация и монография. Данный термин принадлежит Ю. А. Сорокину и Е. Ф. Тарасову: это — тексты, фактура которых состоит из двух негетерогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык) [3; 180–181]. Исследователи, принимающие в своих трудах в качестве рабочего данный термин (Е. Е. Анисимова, М. А. Бойко, Н. М. Чудакова и др.), отмечают, что креолизованный текст предстает сложным текстовым образованием, в котором вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное воздействие на адресата.

Синонимы термина «креолизованный текст» — «поликодовый текст» (Г. В. Ейгер и В. Л. Юхт), «лингвизуальный комплекс» (Л. М. Большакина), «изовербальный комплекс» (А. А. Бернацкая) и «изоверб» (А. В. Михеев), семиотически осложненные тексты (А. В. Протченко), видеовербальные тексты (О. В. Пойманова).

Чаще всего исследователи в качестве креолизованных текстов рассматривают афиши, плакаты, журналы, газетные тексты, рекламу и т. п., т. е. те тексты, в которых визуальный элемент наряду с вербальным имеет большой воздействующий потенциал. На наш взгляд, в перечень данных текстов можно отнести и предвыборную листовку.

Несомненно, агитационная листовка, будучи средством воздействия на широкую аудиторию, также предстает одним целым, в котором взаимосвязь вербальных и иконических знаков сильна, однако степень креолизации в ней значительно отличается от таких текстов, как, к примеру, комиксы, афиши и т. п. В листовке не всегда присутствует невербальный компонент (фотографии кандидатов не являются обязательным структурным элементом по сравнению с блоками «биография» и «предвыборная программа»). В этом случае уместно говорить о листовке как о тексте с частичной креолизацией (Н. С. Валгина), где «вербальные и иконические компоненты вступают в автосемантические отношения, когда вербальная часть сравнительно автономна и избирательные элементы текста оказываются факультативными» [2].

Важным для составителя листовки, конечно же, является эмоциональная часть текста, так как именно это зачастую влияет на выбор читателем того или иного кандидата. Об этом говорит стремление кандидатов включать в текст листовки снимки различных типов. Так, по мнению ученых, информация, содержащаяся непосредственно в текстовом сообщении, усваивается лишь на 7%, голосовые характеристики способствуют усвоению 38% информации, тогда как наличие визуального образа заметно повышает восприятие — до 55%. [1].

Изучив предвыборные листовки Павлодарского региона и г. Астана, мы пришли к выводу, что фотографии, используемые кандидатами в листовках можно разделить по типу изображения на три группы: кандидат с детьми \ внуками; кандидат с родителями; кандидат с известными людьми, значимыми для региона или страны в целом. Такой выбор говорит о сознательном размещении авторами листовок данных фотографий: снимки «подкрепляют» слова кандидата о том, что он хороший семьянин, отец, патриот, гражданин и т. п. Так, в листовке М. Бегентаева приведена фотография кандидата с женой, которые держат на руках своих

детей. Заголовком к данному фото выступает девиз «Будущее — в наших руках!». Естественно, у читателя данный лингвизуальный комплекс вызывает определенные ассоциации (самое ценное в жизни — дети → будущее наших детей в наших руках), которые, естественно, срабатывают в пользу кандидата. В данном случае невербальный комплекс работает на положительный образ кандидата, так как визуальная информация вызывает доверие у адресата. В некоторых случаях в листовке присутствует одно документальное фото политика, которое выполняет лишь функцию знакомства читателя с кандидатом, что в дальнейшем приводит к «узнаванию» имени.

Существенным в листовке, помимо фотографии кандидата, является размещение иллюстраций, к которым в тексте даются пояснения. К примеру, в одной из листовок партии «Ақжол» размещен подбор фотографий, смысл которых конденсирует содержание всей листовки (политической программы). На первой фотографии — пенсионеры, на второй — учитель у доски, на третьей — тракторист с колосьями пшеницы, на четвертой — молодежь на концерте. В качестве заголовка данной композиции приведен девиз: «Ты достоин своей мечты!». Данная информация размещена на титульной стороне листовки, на той, которая сразу же бросается в глаза потенциальному читателю. Яркие, красочные фотографии и умело подобранные лозунги привлекают внимание адресата, представляют политическую программу в более выгодном свете. На оборотной стороне листовки дается вербальная «расшифровка» визуального комплекса: «Мы верим, что у Казахстана есть все возможности для достижения твоей мечты. Для этого Казахстан должен стать страной равных возможностей! Каждый, независимо от того, где он родился, в селе или городе, на юге или севере, должен иметь равные возможности получить образование, иметь работу и высокую зарплату, купить жилье, беречь свое здоровье, воспитывать детей и быть уверенным в их будущем. Ты достоин быть успешным бизнесменом, хорошим специалистом, высокооплачиваемым учителем, врачом, инженером или ученым. Ты достоин быть депутатом, акимом, министром. Мы знаем, как помочь тебе в достижении твоей мечты! Голосуй за свою мечту! Голосуй за Ақ жол!».

Таким образом, предвыборная агитационная листовка представляет собой сложное лингвизуальное образование и может рассматриваться как один из типов креолизованных текстов, имеющих в своей структуре как вербальный, так и визуальный комплексы, которые в совокупности имеют огромный воздействующий потенциал на современного читателя. Нужно отметить, что современные предвыборные технологии нацелены на улучшение качества информации, что приводит к использованию разнообразных ее видов — от вербального до семиотического.

Литература

1. Бойко М. А. Функциональный анализ средств создания образа страны (на материале немецких политических креолизованных текстов) (10.02.04 — Германские языки): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2006.
2. Валгина Н. С. Понятие креолизованного текста // <http://evartist.narod.ru/text14/01.htm>.
3. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990.

Коммуникативные стратегии в рекламном тексте: языковые средства выражения*

Н. В. Аниськина

Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского

yar_nauka@mail.ru

Рекламный текст, язык рекламы, коммуникативные стратегии

Summary. *Communicative Strategies in Advertising: Linguistic Means of Expression.* The subject of the research is language of advertising. Lexical and syntactic means of realization of different advertising communicative strategies are consistently analysed in the paper. The material for the research is newspaper ads for medical goods and services.

1. Выбор коммуникативных стратегий в рекламе преследует две главные цели: 1) обеспечить подбор наиболее эффективных средств воздействия, соответствующих целевой аудитории и отвечающих особенностям товарной категории, 2) свести до минимума попытки адресата противостоять этому воздействию.

Обращение к рекламе медицинских товаров и услуг обусловлено высокой частотностью подобных материалов в прессе. В то же время само существование рекламы лекарственных средств может быть расценено как не вполне корректное: рекомендовать средства лечения должен врач, а не газета. Таким образом, реклама лекарств и биологически активных добавок балансирует между законодательными ограничениями и известным пристрастием русского народа к самолечению.

Материалом для исследования послужили тексты рекламных сообщений, опубликованные в 2007–2009 гг. в газетах «РИКО-пресс», «Телесемь», «Аргументы и факты», а также региональных изданиях «Юность» и «Золотое кольцо».

2. Рассмотрим лексические и синтаксические средства реализации стратегии, базирующейся на положительных эмоциях.

(1) **Предоупущение хорошего** создается в анализируемых рекламных текстах прежде всего при помощи лексики: за счет использования слов, характеризующих как сам препарат, так и описывающих эффект от их применения. Значительное количество прилагательных, выражающих мелиоративную оценку, употребляется при описании препаратов: *мощное, высокоэффективное, новейшее* и т. д. Подчеркнем, что данные лексемы используются в рекламе самых разных лекарств и биологически активных добавок, независимо от специфики препарата и возраста тех, кому он предназначен. Наиболее частотным является, безусловно, прилагательное *эффективный* (96% текстов). Среди существительных, используемых при описании рекламируемых препаратов, наиболее частотными являются *лидер* и *помощник*.

При описании эффекта от приема препарата чаще всего используются слова и выражения, характеризующие скорость достижения результата (*быстрое, моментальное, сразу*); его длительность (*раз и навсегда, длительное действие*); безопасность препарата (*без побочных эффектов, натуральное, экологически чистое*). Для усиления эффекта в текстах используются повторы.

Нередко при описании результата в рекламе используются эпитеты и метафоры (*стань хозяином своих эмоций, убийца гипертонии*), разговорные слова (*обуздать стресс, вы всегда на ходу*) и, конечно, медицинские термины (*ректально-вагинальный стимулятор, атеросклероз*). Характерно, что наиболее часто термины используются в текстах, рекламирующих препараты от импотенции: в этом случае они позволяют открыто говорить на интимную тему. Нельзя не отметить и еще один значимый для современной языковой картины мира факт: используемые в медицинской рекламе метафоры нередко носят технический и, прежде всего, компьютерный характер (*восстанавливает сбитые настройки, позволяет запустить процесс, происходит «перегрузка» иммунной системы*).

(2) **Лесть адресату** не так часто используется в рекламе лекарств, однако отдельные примеры мы все же можем обнаружить: *препарат для настоящих мужчин, для настоящих мачо* и т. д.

(3) Стратегия, направленная на создание **приятных переживаний**, как правило, реализуется при помощи прецедентных текстов (*Чтобы не было мучительно больно; Нам печень строить и жить помогает*) и парадокса (*Русское лекарство для настоящих мужчин действует на главную эрогенную зону — на мозг!*).

(4) На синтаксическом уровне первая группа стратегий реализуется при помощи предложений, построенных по модели определения, а также предложений с деепричастными оборотами и однородными членами.

3. Среди стратегий второй группы (направленных на создание негативных эмоций) наиболее часто используется **стратегия шока, запугивания, предостережения**. Обращение к негативным переживаниям, главным из которых является страх, обусловлено спецификой анализируемой товарной категории: испуганного потребителя гораздо проще убедить приобрести препарат. Для реализации этой стратегии на лексическом уровне характерно использование слов *опасность, угроза, тревожные симптомы* и др. Нередко эта стратегия используется при сравнении рекламодателя с конкурентами, которые предлагают *мифические способы, обманывают* и т. д.

(1) Стратегия, направленная на создание **негативных переживаний**, как правило, строится на описании симптомов заболевания (*неприятные ощущения, боли, дисфункция*).

(2) На синтаксическом уровне для второй группы стратегий характерно использование предложений с однородными членами, которые показывают потребителю, как много опасностей его подстерегает. Вводные конструкции со значением неуверенности обычно используются при характеристике проблемы, при описании же препарата, напротив, используются слова, выражающие уверенность говорящего.

4. Анализ рекламных статей, опубликованных в разных изданиях и посвященных разным препаратам, показал, что наиболее востребованными оказываются две модели построения текста:

- 1) *как хорошо кому-то* (японцам...) — *у нас не так* — описание препарата — его воздействие,
- 2) *болезнь (проблема)* — описание препарата — его воздействие.

(1) Первая модель, как правило, используется при реализации стратегии, направленной на создание положительных эмоций. В этом случае в первой части текста обычно используются исторические факты или примеры из жизни других народов.

(2) Вторая модель используется при реализации стратегии, направленной на создание негативных эмоций, и именно эта модель лежит в основе таких распространенных в медицинской рекламе жанров, как «вопрос-ответ» и «консультация специалиста».

5. Очевидно, что однотипность используемых стратегий добавляет «скуčnosti» рекламным текстам, чтение которых и так затруднено вследствие значительного количества медицинских терминов, не всегда понятных рядовому потребителю. Однако подобная однотипность, возможно, обусловлена стремлением придать большую официальность и научность тексту, тем более что, как показал проведенный опрос, именно такой рекламе лекарственных препаратов в большей степени склонны доверять читатели.

* Работа выполнена при поддержке Гранта по АВЦП «Развитие научного потенциала высшей школы (2009–2010)» №2.1.3 / 6388.

Динамика русского молодежного социолекта (классификация социальных вариантов языка молодежи)

О. А. Анищенко

Кокшетауский государственный университет имени Ш. Уалиханова

olga_alex62@mail.ru

История, культура, молодежный социолект, эволюция

Summary. The paper deals with the Russian youth social dialect. The history of its development beginning from the XIX century to days is considered in it. The paper presents the classification of social variants of the youth language.

История русского молодежного социолекта начинается с формирования лексико-фразеологического состава различных школьных жаргонов XIX века [1]. На первом этапе развития его отличает вариативность (по типу учебного заведения, где бытуют жаргонные слова) и корпоративная замкнутость. Он отражает актуальные реалии школьной жизни и характеризуется образностью и меткостью, шутливостью и эмоциональностью.

В 1920–30-е годы, вследствие новых социальных условий, революционных реформ, изменения состава учащихся, «снижения стиля» в сторону языка социальных низов, молодежный жаргон в общественной оценке стал нести идеологическую, политическую окраску. Если в XIX веке жаргон учащейся молодежи критиковался за нарушение норм литературного языка, в рамках вопросов культуры речи, то в 1920–1930-е годы к этой проблеме добавилось беспокойство за проникновение в речь школьников социально опасных элементов (слов из «Блатной музыки», т. е. из языка преступников), за развитие языкового хулиганства. В эти же годы жаргон беспризорников и школьников рассматривается как результат социальных потрясений, как реализация пролетарского языка, в качестве противопоставления речи гимназистов («маменькиных сынков») XIX века [3: 166–167].

Дальнейшая история молодежного социолекта тесно связана с неформальными молодежными объединениями, появление и развитие которых стало возможным лишь в 50–60-е годы XX столетия. Именно в эти годы общественность возмущена поведением, образом жизнью и речью эпатажных *стиляг*, а позже, в 1970–1980-е годы недовольство вызывают социолекты идеологизированных (с ориентацией на запад) молодежных субкультур *хиппи*, *панков*, *металлистов*, *рокеров* и др. В эти же годы начинают появляться политизированные молодежные объединения, чей жаргон отражает борьбу с ведущими, по их мнению, «буржуазный» образ молодежными течениями. Возрастает количество и численность агрессивных группировок (*контрорцики*, *мотальщики*, *теляги*, *гонники*, *скинхеды* и др.); их социолекты оппозиционны, направлены на противостояние обществу, разжигают национальную, расовую и религиозную вражду.

То есть, молодежный жаргон — это уже не просто нарушение принятого обществом стандарта (литературной нормы), речевая игра, забава, а продуманное следование определенной идеологии (в послереволюционные годы — проявление пролетарской идеологии, в более поздние периоды, например, во время *стиляг* и *хиппи* — западной, буржуазной).

Молодежные жаргонизмы не только отражают определенные реалии, но и содержат отношение его носителей к окружающему миру. Жаргоны молодых людей, объединенных общим интересом (путешествия, музыка, танцы, компьютер, спорт, игры и т. д.), раскрывают символику поведения, психологию, жизненный настрой, «дух» определенного молодежного объединения, выявляют общее и специфическое.

Таким образом, молодежный социолект (несмотря на периферийное положение в лексической системе языка) является неотъемлемой частью русского языка, отражающей культуру, социальные ценности значительной части его носителей — молодежи.

В предложенной в 1960-е гг. (и уточненной в 1980-е гг.) В. Д. Бондалетовым классификации социальных диалектов [2: 69] он представлен как разновидность групповых, или корпоративных, жаргонов. В настоящее время в силу влияния, которое оказывает молодежный социолект на формирование национального языка, и вследствие богатства его разновидностей, его динамики, назрела научная необходимость в разграничении социальных вариантов языка молодежи.

Опираясь на достижения ученых, посвятивших свои труды (в числе которых и словари) природе и составу молодежных жаргонов, на проведенное нами диахроническое исследование, представим классификацию молодежных социолектов, учитывая социальную среду, время и условия их бытования, функции, тематику и источники пополнения.

1. Жаргоны учащейся молодежи (XIX век: студентский, семинаристов, гимназистов, лицейстов, кадетов, воспитанниц института благородных девиц; послереволюционные годы XX века: студентов, учеников трудовых школ, училищ; вторая половина XX века — начало XXI века: школьников, учащихся производственных училищ, семинаристов, кадетов, студентов техникумов, колледжей и вузов).

2. Жаргоны проповедующих определенную идеологию неформальных молодежных объединений (конец 1940-х — начало 1960-х годов: *стиляг*; конец 1960-х — начало 1980-х годов: *хиппи*; начало 1980-х годов — 1990-е гг.: *бриолинов* (*неостильяг*), *панков*, *системщиков*, *митьков*, *фашишков*, *чистильщиков*, *скинхедов*, *антифашистов*, *мажоров*; начало XXI века: *эмо*, *готов*).

3. Жаргоны молодых людей второй половины XX — начала XXI века, интересы которых: музыка и танцы (*уличных музыкантов*, *металлистов*, *рэперов*, *хипхоперов*, *ролингов*, *брейкеров*); рисунки на стене (*граффитчиков*); спорт (*спортсменов*, *фанатов* спортивных клубов, *бэзмыксеров*, *роллеров*, *скейтбордистов*, *сноубордистов*), ролевые игры (*толкиенистов*); «телефонный эфир» (*эфирников*), компьютер, виртуальные игры, интернет-общение (*компьютерных пользователей*, *прогеймеров*, *хакеров*); игра в КВН (*игроков КВН*), путешествия (*автостолицыков*, *туристов*), езда на мотоцикле (*байкеров*, *рокеров*), исследование подземных коммуникаций (*диггеров*), техника соблазна (*пикаперов*), имитация обстановки (подбор одежды, музыки, круга чтения, интерьера) 20-х, 30-х, 40-х, 50-х годов XX века (*ностальгистов*: *двадцатников*, *тридцатников*, *сороковистов*, *пятидесятников*).

4. Жаргоны криминальной молодежи (начало XX века — начало XXI века: беспризорников; вторая половина XX века — начало XXI века: хулиганствующей молодежи: *конттор*, *моталок*, *гонников*, наркоманов, токсикоманов).

5. Жаргоны солдат и матросов срочной службы.

Социальные варианты языка молодежи — это результат мировоззрения, увлечений, пристрастий, следований моде, продукт научно-технической революции. На современном этапе молодой человек в зависимости от сферы своего общения может быть носителем различных социолектов. Круг молодежных слов зависит от круга интересов конкретного молодого человека, от того, насколько он «вхож» в определенные неформальные, замкнутые (относительно!) группы, имеющие свой лексикон.

Каждое поколение молодых приносит свои атрибуты, свои языковые символы, вражду и взаимодействуя с уходящими и существующими молодежными течениями. Наблюдается своеобразный процесс восприятия традиций и новаций. Формируясь под непосредственным влиянием молодежных субкультур, русский молодежный социолект эволюционирует: раздвигаются его понятийно-тематические рамки, увеличиваются источники обогащения, расширяется сфера употребления.

Литература

1. Анищенко О. А. Словарь русского школьного жаргона XIX века. М., 2007.
2. Бондалетов В. Д. Социальная лингвистика: Учебное пособие. М., 1987.
3. Поливанов Е. Д. О блатном языке учащихся и о «славянском языке» революции // Поливанов Е. Д. За марксистское языкознание. М., 1931.

Языковые особенности анонса художественного фильма

С. А. Ахмадева

Кубанский государственный университет (Краснодар)
ssvetozara@gmail.com

Ю. Г. Ветохина

Кубанский государственный университет (Краснодар)
roksolanall@mail.ru

Анонс художественного фильма, суггестия, языковые средства выразительности, манипулятивные приемы

Summary. The success of the feature film depends on interest to it of spectators. Awakening of this interest is promoted by the announce. Used for creation of the text of the announce expressive means and manipulative methods draw attention of spectators form their expectations. Realisation suggestive and the advertising functions of the announce promote commercial success of a film.

Сегодня творческий и коммерческий успех фильма напрямую зависит от интереса к нему зрителей. Поэтому для достижения этого успеха, формирования позитивного отношения к фильму используется анонс — это текст о художественном фильме для внешней общественности, назначение которого — сообщить о дате премьеры и представить ее как грандиозное событие, сформировать у зрителей положительное мнение о фильме через различные каналы СМИ (подробнее см.: [1]). Чтобы пробудить в потенциальных зрителях желание пойти в кино, включить телевизор, приобрести dvd, используются различные виды анонсов: 1) печатный анонс в газете / журнале, листовка / афиша; анонс на dvd; 2) радиоанонс; 3) трейлер (видеоанонс на ТВ или в сети Интернет). От воздействия анонса зависят, и кассовые сборы, и рейтинги телеканалов и само существование студий и творческих объединений. Поэтому основными функциями анонса становятся **суггестивная** и **рекламная, информативная** же воспринимается как сопутствующая. Эти функции анонса реализуют установку на сенсационность, которая выражается манипулятивными средствами, назначение которых — пробудить в зрителе интерес к фильму:

1) лексикой и фразеологией, обусловленной жанром фильма;

2) тропами, формирующими интерес зрителя к фильму и позитивное отношение к нему: а) эпитетами с семантикой уникальности, аналогии, преемственности и гиперболичности («неожиданный», «невиданный», «головоломный», «суперсенсация», «фильм-сенсация»); б) метафорами («сплетение судеб», «сердце горы»), в) устойчивыми выражениями, тяготеющими к клише и рекламным штампам («фильм года», «фильм, который все ждали», «звездная премьерка»); г) сравнительной степенью имен прилагательных и наречий («еще качественнее», «еще мужественнее», «еще прекраснее» (особенно часто в анонсах продолжений известных фильмов с главным героем (например, в бондиане); д) экспрессивным синтаксисом (анафора, умолчание);

3) графическим маркированием и цветовым решением;

4) именами собственными (перечнем знаменитостей, наград / престижных номинаций);

5) числительными (бюджет фильма, количество призов и / или номинаций на них);

6) явным или скрытым императивом, побуждающим к просмотру фильма (этот прием «работает» и в видеоанонсе («Иди в кино!» — звучало со всех экранов страны во время выхода фильма «Дневной дозор»).

В анонсе важны 1) собственно текст, составленный в соответствии с нормами литературного языка, 2) назначение и вид размещения в СМИ (рекламная страница, аннотация в телепрограмме, упоминание в интервью) или вид полиграфической продукции (компонент рекламы, отдельная листовка). События фильма описываются выразительными средствами со значением позитивной оценки. Они формируют *определенные* (чаще положительные) эмоции зрителей.

Всероссийская телепреьера кинохита прошлых лет (прошлого года), приуроченная к государственным праздникам, анонсируется в телепрограмме как грандиозное событие: перечисляется *звездный состав* фильма (актеры — непременно *звезды* или *звездные дуэты*), сам фильм непременно *великолепный, легендарный* используются числитель-

ные (*бюджет фильма, количество наград или зрителей, посмотревших фильм в кинотеатрах до телепремьеры, ряды однородных членов — собственных имен и названий* (а) имена актеров, б) престижные награды и премии / номинации; в) кинофестивали): «Леонардо Ди Каприо и Кейт Уинслет в легендарном „Титанике“ Джеймса Кэмерона, собравшем 11 „Оскаров“, 1,8 миллиарда долларов в прокате и бесчисленное количество зрительских слез» (рекламный буклет «8 дней» от 19.11.06). Краткая информация об известном фильме в телепрограмме напоминает зрителю старшего поколения содержание фильма, имена актеров и знакомит молодежь с сюжетом фильма и отраженным в нем временем («Девушка с гитарой». Музыкальная комедия. Хорошенькая продавщица музыкального магазина Таня Федосова мечтает стать актрисой. Но директор магазина, боясь потерять привлекательную сотрудницу и ценного работника, старается помешать ее возможной карьере... В фильме использованы кадры VI Всемирного фестиваля молодежи и студентов в Москве. Первая роль в кино Юрия Никулина. Режиссер Александр Файнциммер. В ролях Людмила Гурченко, Михаил Жаров, Фаина Раневская, Борис Петкер, Владимир Гусев, Олег Анофриев и другие. Мосфильм, 1958 ТВЦ. 11.45. (1 ноября. ТВ-программа «7 дней». 26 октября — 1 ноября 2009) Информация о новых фильмах содержит название жанра, состав творческой группы, пересказ сюжета или указание на экранизированное произведение, упоминание фестивальных наград, если же анонсируется сериал — создатели анонса пересказывают краткое содержание серии, показываемой в этот день. Рекламные листовки привлекают зрителя фотографическими или графическими иллюстрациями, сюжет фильма излагается незавершенными фразами, часто без имен героев. Ряд насыщенных эмоционально-оценочной лексикой, яркими сравнениями предложений отдает зрителя во власть словесной магии, интригует его и поэтому хорошо запоминается: *Долгожданное продолжение самого зрелищного фильма в истории кино от продюсера Стивена Спилберга и режиссера Майкла Бей (Трансформеры. Армагеддон)... Месть неминуема* (х / ф «Трансформеры. Месть падших», Dream Works Pictures, 2009, листовка). Анонс фильма на коробке DVD часто строится по принципу наложения неизвестного на известное. Захватывающий пересказ сюжета перебивается именами героев и исполнителей, их другими ролями и фильмами, названиями самых известных фильмов режиссера и продюсера, наградами за эти фильмы и роли в них. Это мешает зрителю воспринимать анонс как целостный текст, но «подогревает» его ожидания и пробуждает желание узнать, удалось ли на этот раз «звездной команде» создать новый киношедевр?

Итак, языковые средства выразительности в анонсе художественного фильма реализуют его рекламную и суггестивную функции. Благодаря им формируются зрительские ожидания, пробуждается интерес к фильму до его просмотра и сам анонс превращается в средство создания коммерческого успеха фильма...

Литература

1. Ахмадева С. А., Ветохина Ю. Г. Анонс художественного фильма: жанр, типология и языковые особенности в аспектах связей с общественностью, рекламы и журналистики // PR-технологии в информационном обществе: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. Часть I. СПб., 2007. С. 7–16.

Живые языковые процессы в составе современного русского художественного текста

Г. Д. Ахметова

Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический университет им. Н. Г. Чернышевского (Чита)

galia.akhmetova@gmail.com

Языковая композиция, невыделенная прямая речь, композиционно-графическая маркировка, грамматико-семантические «сдвиги»

Summary. The paper concerns active linguistic processes which are typical for Russian prose and connected with the language composition modification: direct speech without quotes, composition-graphical text marking, grammar-semantic «alteration», etc.

Живые языковые процессы в составе современного русского текста связаны с феноменом живого текста, под которым мы понимаем открытое, динамичное, самоорганизующееся, взаимодействующее с другими литературными текстами литературное произведение. Живые языковые процессы организуют языковое пространство художественного произведения. Роман В. Маканина «Испуг» — образец такого языкового пространства современного художественного текста.

Модификация языковой композиции связана с изменениями структуры субъективированного повествования:

1) контаминация приемов субъективации. В романе В. Маканина «Испуг» раскрывается внутренний мир стареющего мужчины, показываются взаимоотношения между пожилым мужчиной и молодой девушкой. Основное чувство, возникающее между ними, — это испуг, по мысли автора. Ремарки семантически сближаются с диалогическими репликами. Драматизация повествования усложняется двойной контаминацией: контаминация прозаического и драматического текстов; контаминация авторского повествования и точки зрения главного героя-рассказчика: «Туплю как туплю, неприметные. В целом же — все для ночи, невидный, неброский. (Но в этом нет умысла. Так получилось. Другой одежки просто нет.) В лунную ночь старикан Алабин, как правило, бродит по дачному поселку. (А лучше б спал!) На ночной дороге он в профиль покажется вырезанным из черной бумаги». Можно говорить о таком феномене, как реплика-ремарка: «Натягивая еще раз, поудачнее (да, да, покрасивше!) беретку на лоб, старикан вышел на дорогу и поторавливается»;

2) появление невыделенной прямой речи: «Он днем тихий. Зато всю ночь бывший солдатик мотает башкой, ночь напролет!.. Это я рассказываю Лидусе про своего Олежку. Одеваюсь, ну и заодно рассказываю». Невыделенная прямая речь организована по-разному: самостоятельные предложения; часть сложного предложения;

3) условность грамматического лица: «Жгучий Жгутов пригласил ее завтра в дорожной ресторан. (Субботный вечер. Оба не работают). Вечером в ресторан — а потом, скажи, выпьем у меня (у него) дома кофе»;

4) употребление обобщающего, духовного «мы».

Композиционно-графическая маркировка текста чаще связана с употреблением курсива:

1) обозначение прямой речи;

2) скрытое цитирование, подчеркивающее иронию;

3) к скрытому цитированию примыкает внутренняя речь главного героя-рассказчика;

4) высокий стиль;

5) логическое выделение значимых компонентов;

6) ссылка на чужую точку зрения;

7) указание на произношение.

Крупный шрифт используется реже:

1) выделение значимых слов или сочетаний слов;

2) передача громкой прямой речи (крика).

Используется графическая изобразительность знаков препинания.

Грамматико-семантические «сдвиги»:

1) образование краткой формы от относительных прилагательных;

2) образование предикатива от относительного прилагательного: «Лунно и светло (от окна) было и в кабинете...»;

3) употребление наречия в роли предикатива: «А он, настырный, еще и торопит — иди, иди, Петр Петрович, здесь тебе тускло»;

4) употребление предикатива в роли наречия: «Я так долго и так больно смотрел ночь за ночью на мечущуюся Олежку голову...»;

5) употребление краткого прилагательного в функции предикатива: «У меня рядом нет близкой родни. Ему не нравится. Ему это сладковато»;

6) окказиональное употребление наречия: «больно выть в небо»;

7) окказиональная субстантивация: «Написанные (на чистом и белом), эти каракули-слова вдруг помогали»; «Белый и пустой... На этом белом и пустом ничего не было написано!»; «В тарелке красного было на палец»;

8) образование наречия от синтетической превосходной формы прилагательного: «Еще разок терпеливейше я все обьяснил»;

9) окказиональное употребление предлога: «Я просовываю руку за. Ищу крючок»;

10) употребление слова в несвойственном ему грамматическом значении: «Нина самую чуть насторожилась»;

11) семантическая несочетаемость компонентов: «Плачущие ветви... Свесились прямо в мокрый речной запах»;

12) синтаксические сдвиги: отсутствие связи между компонентами бессоюзного сложного предложения: «Водичка, бормотал я себе под нос»; нетрадиционное использование пунктуации при употреблении вставной конструкции: «Даша, это было гениально, так и не ускорила шага»; употребление краткого прилагательного, синтаксическая функция которого размыта: «Эти шли нешумны. И мрачноваты».

Метафоризация для данного романа это нехарактерное явление: «Стекла оглохли...»; «Такой перепуганный день»; «торопливо сглатывая вороватые крошки»; «войдя сюда во тьме на неслышных цыпочках».

Виртуальное произношение также достаточно редкое в романе: «этим придурочным next».

Словообразовательный взрыв: сравнительная форма, образованная от существительного: «Как он сам говорил после, его тянуло, его что-то вело все центрее и центрее...»; формы прилагательных: «Зато Раечке (по ее алчной просьбе) я всю эту садово-тропиночную невнятицу изложил очень даже внятно»; вновь образованные существительные (префиксальный, реже суффиксальный способ): «Я стоял на предпороге»; «пламечко свечи»; сложение основ: «на двух околосигаретных пальцах». Встречается и безаффиксное словообразование: «Сначала я расслышал туда-сюда кач»; вновь образованные формы глаголов: «Даша взрыгнула и забилась дрожью»; окказиональное глагольное междометие: «Но и помочь ей ничем не может — только вот водичей из стакана кропит, брызг! брызг!.. священнодействие стариковской сухой руки»; к словообразованию примыкает намеренное искажение облика слова: «Криво улыбающегося и под сильным шофе»; «Перевела дых»; «бывший преп университета».

Ритм художественного пространства может служить подтверждением врожденного ритма художественного пространства: «Как нам сесть?.. Стул на выбор?.. Или кресло?.. Я взял стул»; «Пиджачок... теперь беретка... Он готов!»; «Чья-то собака! А может, ничья...»; «Сели... Всё еще болтали»; «Даша попритихла... Экран сиял... И мне было ничуть не в тягость»; «Фантастическая нынче ночь!»; «весь в сиянии, с тяющим сердцем».

Интертекстуальность: аллюзия: «Пусть, путь телевизор! Экранная голубизна в темноте — это наша свеча конца начала века. Горела на столе. Ненавязчиво горела»; цитирование: «Мол, стоп стопой — а смотреть надо на девчонкины ноги чуть повыше. Сказка в изгибе... Красота... Увидели?.. Сказка в изгибе колен».

— Не понял... Что? — переспросил я. — Что вы сказали?

— Не я... Гумилев, — проворчал старый школьный учитель, досадуя на тотальное невежество масс. — Сказал поэт Гумилев. Сказка в изгибе колен».

Живые языковые процессы в составе живого текста — свидетельство динамичности, развертывания, развития художественной прозы, литературного языка.

Поликодовость рекламного текста

Е. Л. Бабичева

Пензенский государственный педагогический университет им. В. Г. Белинского

elena-babicheva@mail.ru

Рекламный текст, языковые коды, гендер

The present study analyzes linguistic codes that are used in gender-marked advertisements in print media. Code-mixing and code-switching are subject to analysis in this paper.

В связи со всеобщей глобализацией международные компании активно продвигают свою продукцию на рынки разных стран, стараясь сохранить при этом узнаваемость брендов и логотипов путем использования аутентичного графического облика. Массированному воздействию западной культуры, в том числе значительному влиянию английского языка, подвергается и российский рынок, будучи вовлеченным в процесс интеграции в мировую экономику.

С целью анализа языковых кодов, используемых копирайтерами в гендерно ориентированных глянцево-журналах, нами были проанализированы наиболее популярные аутентичные печатные издания, рассчитанные на разную половозрастную и социальную категорию читателей («Самая», «Караван историй», «Крестьянка», «За рулём», «Андрей», «Медведь»). Такой подход позволяет проследить как общие, так и частные тенденции на рынке рекламной продукции в последнее десятилетие.

Одной из общих черт, характеризующих рекламные тексты (РТ) в российских СМИ, является наличие билингвизма, который представлен неоднородно: это смешение и переключение языковых кодов. Под переключением кодов понимается использование синтаксических единиц двух языковых систем в рамках одного РТ. Смешение кодов предполагает наличие единиц лексического и морфологического ярусов двух грамматических структур в составе одной синтагмы.

Иноязычная лексика в РТ выделяется прописными буквами, отличным от остального текста шрифтом и / или цветом с целью привлечения и удержания внимания потребителя, а также узнаваемости бренда. В слогане используются различные стилистические приемы и способы организации речи: аллитерацию, ассонанс, рифму, узуальную и контекстную синонимию и антонимию, градацию, метафору, аллюзию, косвенные речевые акты, пресуппозицию и т. д. Объем РТ варьирует от одного слова — названия фирмы до развернутой статьи с подробной характеристикой реализуемого товара.

Однословная реклама обычно представляет продукцию хорошо известных зарубежных фирм, копируя лаконизм визуальным красочным образом: Levante (колготы), HAUBER (женская одежда), ORIENT Japan (мужские часы), ESPRIT (сеть магазинов). Визуализация рекламы — общая тенденция последнего времени, обусловленная рядом причин: возможностью более быстрого и эффективного воздействия на перцепиента; темпом и ритмом жизни, не оставляющим времени на чтение длинных текстов; ограниченностью рекламного места.

На использовании двух языков построено 77–78% рекламных текстов в женских журналах и 82% — в мужских, что связано с сексизмом в обществе, априори признающим лидирующую роль мужчин как более динамичных, целеустремленных, образованных членов социума. Исключительно русскоязычной является реклама российских товаров, представляющая детские смеси, продукты питания, косметику для девочек и стиральные порошки. Встречается она преимущественно в журналах, ориентированных на женскую аудиторию. Следует отметить, что и отечественные производители используют латинскую графику при передаче названия, звучащего непривычно для российского покупателя (Faberlic — косметика, MAGNUM — моторные масла от ТНК, SINTEC — тосол), более того, латиницей пишут и русские названия товаров (UAZ Patriot — автомобиль, vodka Parliament, MEDALIST — аккумуляторы). Некоторые компании (как отечественные, так и зарубежные) используют одновременно два написания — и кириллицей, и латиницей: Garnier — Гарньер, Chanel — Шанель, NIVA — Нива, RE-CORD — РЕКОРД и т. д. Такое смешение языковых кодов характерно и для мужской, и для женской рекламы.

В основном рекламном тексте, содержащем важную информацию о предлагаемом товаре, аутентичное название фирмы-производителя повторяется несколько раз с целью закрепления в сознании перцепиента графического облика бренда: SONATA *Достоинства превосходят цену. SONATA. Есть машины к нашим подаркам. HYUNDAI SONATA.* С этой же целью в рекламных слоганах используют словесную игру, рифму, аллитерацию, построенную на базе английской языковой системы: *Jonnie Walker. KEEP WALKING (виски), Ford Focus. Feel the difference (автомобиль).*

Иноязычные слоганы-афоризмы, репрезентирующие дорогие товары и услуги, рассчитаны на образованного и амбициозного представителя среднего класса: *Achievements deserves respect (коньяк Louis XIII), There's no better way to fly (авиакомпания Lufthansa), Live your passion (мужские часы).* Рекламные послания такого типа отмечены нами только в мужских журналах. Они же публикуют РТ, в которых смешение языковых кодов становится весьма своеобразным, а именно: в рамках одного текста оказывается написанное латиницей название фирмы и русскоязычное основное послание с вкраплением английских слов-вульгаризмов. Смешение кодов на уровне слов в составе предложения предполагает использование русского языка как базового с сохранением структурной схемы предложения, построенного по законам русского языка: *Выходные начинают за рулем Ford Maverlick!; C Nissan Patrol вы ощутите абсолютный контроль над бездорожьем и насладитесь первоклассным комфортом.*

Поликодовость в рекламе может наблюдаться не только на лексическом уровне, но и на уровне морфем отдельных слов, графический облик которых представляет смешение кириллицы и латиницы, причем деление двух график происходит не только на морфемном шве, но и внутри самой морфемы: *МАХимально выгодное предложение! Ford S — МАХ. Специальная цена; SEA-ТОПИЯ. Жемчужина в море столичных ресторанов. Fish-кафе «SEA-ТОПИЯ».*

Переключение кодов с русского на английский более типично для РТ, ориентированных на мужскую аудиторию. В женских журналах слоганы на английском языке встречаются реже и даются они, как правило, с переводом на русский язык, что свидетельствует о низкой оценке интеллектуальных способностей слабого пола. Справедливости ради, однако, следует отметить, что в последние годы в женской рекламе наметилась тенденция использования одновременно трех языков: русского, английского и французского. Это характерно для рекламы духов, общепризнанным лидером в производстве которых является Франция: *You are unique, you are MAGNIFIQUE Вы неповторимы, вы великолены; ABSOLUTELY IRRÉSISTIBLE GYVENCHY новый аромат.*

Таким образом, можно выделить среди РТ аутентичные английские (французские) образцы (*Comet, Lenor, Peacocks*), аутентичные английские в сочетании с транслитерированным русским (*Разрули зиму с Эй-джи-Эй. AGA; Strepsils — Стренилс*), английский в сочетании с переводом на русский (*Russia at the wheel — Россия за рулем, Road Force Measurement — Система виброконтроля колес*), квазианглийский (*Magnum — новая серия масел от ТНК*).

Поликодовость РТ, представленная как в мужских, так и в женских глянцево-журналах, в большей степени присуща рекламе, предназначенной для мужчин, что обусловлено рядом социально-психологических факторов. Женская реклама чаще представлена однословными названиями фирм-производителей, написанными с использованием латиницы, а кириллическим письмом передается контактная информация. Переключение кодов является не только одним из способов актуализации рекламы, но в то же время и средством языкового манипулирования.

Жемчужины китайской словесности в русской письменной речи китайцев (Русский язык в Китае: интерференция стилистических приемов)

Л. А. Балобанова

Дальневосточный государственный университет (Владивосток); Сианьский университет Jiaotong (Китай)

l100569@yandex.ru

Стилистические приемы, образные средства, национальная картина мира

Summary. This report deals with problem of correct transferring some stylistics figures from Chinese to Russian.

Стимулом для данного доклада послужило название одной китайской литературоведческой статьи «Образная система Двух сестер: один чудесный цветок в русской литературе». Понятие красоты речи, очень важное для китайской культуры, безусловно, влияет на речь китайцев, говорящих на русском языке. В своем докладе мы хотели бы рассмотреть случаи использования определенных стилистических приемов в русской речи китайцев. Объектом анализа послужили эссе, написанные некоторыми китайскими писателями, переводчиками, журналистами, преподавателями на русском и китайском языках и напечатанные в сборнике «Мы воспитаны на Пушкине», вышедшем в Сиане (Китай) в октябре 2009 года. Хотя степень владения русским языком у авторов сборника различна, многим из них, выступившим в роли переводчика своего же эссе, пришлось самостоятельно решать проблему адекватной передачи образной информации. Выступая в двойной функции автора-переводчика, они должны были учитывать национальные особенности стилистики как русского, так и китайского языков.

Анализируемые нами стилистические приемы включали в себя как общезыковые, так и индивидуально-авторские языковые средства. В первой группе в зависимости от языка-источника мы различаем китайские и русские устойчивые образные выражения.

Среди цитируемых текстов, имеющих китайское происхождение, прежде всего, следует отметить пословицы и поговорки: «Помни мои слова: *был бы цел лес, а дрова будут*», «Я знаю, что учить иностранный язык — *все равно что плыть против течения: остановишься на минуту — тебя отнесет назад*». Некоторые из них снабжены мета-текстовыми ссылками: «В России я *получила первое ведро золота*, как говорят в Китае», «Как говорится, *если в голове злота, а душа бедна, не поможет и стол, украшенный драгоценными камнями*». Употребленные в контексте данные выражения, как правило, не требуют дополнительного объяснения и достаточно адекватно, с нашей точки зрения, передают экспрессивную и эстетическую информацию.

Являясь профессиональными носителями русского языка, авторы сборника часто демонстрируют знание русских пословиц, поговорок и устойчивых выражений: «Я чувствовал себя как рыба в воде», «Однако, времена меняются, внезапно «раздался гром среди ясного неба», «старший брат» отвернулся от нас», «Под знаменем «антиревизионизма» русский язык «нашел себе могилу». Однако именно в употреблении данного класса языковых средств чаще всего встречаются неточности и ошибки: «В 1962 году китайско-советские *отношения* уже совсем *замерзли*», «*Мечта* работать переводчиком и уехать в Россию совсем *пошла насмарку*». Если в первом случае имеет место ошибка в выборе формы (активная / пассивная конструкция), то во втором случае нарушается лексическая сочетаемость, целостность фразеологического оборота.

Среди образных средств, часто употребляющихся в эссе, необходимо отметить большое количество представителей метафорической группы: метафор, олицетворений, эпитетов, сравнений. Прежде всего, это связано с общей идеей сборника: рассказать о своей любви к русскому языку, литературе и к России, в целом. С другой стороны, перед нами произведения профессиональных мастеров слова, филологов, которые пытаются передать в своих эссе не только весь багаж полученных знаний, но и свой жизненный опыт.

Встречающиеся в работах прецедентные тексты и прецедентные имена являются отражением китайской национальной языковой картины мира. Так, например, в китайских сравнениях наблюдаем следующее:

«Для меня русская литература как бы *золотая дубина в руке Царя-Обезьяны*, которая бесконечно могущественна, и всегда оставит незабываемое впечатление» — золотая дубина в руке Царя-Обезьяны — аналог волшебной палоч-

ки, в целом здесь имеется в виду «Путешествие за Запад», где одним из героев является Царь-Обезьяна.

«Белый и толстый, в очках, он всегда улыбался, с добрым приветливым лицом, он был похож на *Будду Мантрейю*» — именно в китайской буддистской традиции данный Будда изображается добродушным толстяком.

«Живо напоминая *Фань Цзинь, который сдал императорский экзамен*, Жень прыгал от счастья» — герой повести Ву Дзин Дзы (Цы).

Национальное языковое мышление часто является причиной интерференции стилистических приемов.

Стремление переводчика сохранить метафорический образ на русском языке, не учитывая объем и содержание образной информации, часто приводит к той или иной степени неадекватности. Так, например, устойчивые образные выражения, характерные для китайского языка, например описание жизненных невзгод как погодных явлений: «Половина моей жизни была полна превратностями, *ветром и дождем*», «Росток любви обязательно прорастает и оберегает нашу душу *от жары и ливней в жизни*» безусловно понятны русскому читателю, однако наиболее точным эквивалентом могли бы быть «бури и грозы».

Часто выбор того или иного слова, особенно эпитета, определяется уже имеющимся в китайском языке устойчивым сочетанием: «После образования Нового Китая какое-то время была *сладкая дружба* между КНР и СССР». Калька с китайского языка, к сожалению, приводит к ошибочной сочетаемости в русском языке. Вызывает возражение и такой прямой перевод устойчивого выражения с китайского языка: «Я был *расстроен с головы до ног*».

Более широкая сочетаемость некоторых слов в китайском языке также может привести к неадекватному переводу: «Религиозная культура Петербурга тоже несравненна и романтична... Исаакиевский собор отличается необычным богатством средств и изобилием редких и ценных материалов... Храм Воскресения Христа проявляет драгоценную русскую религию».

Стараясь определить, какими соображениями руководствовался автор или переводчик при выборе того или иного слова для перевода, мы пришли к выводу, что это может быть определенная степень известности слова говорящему, а также субъективно оцениваемый им объем экспрессивной информации, так индивидуальные предпочтения проявились в следующих примерах: «Рассказы Чехова давно привлекли меня — малым о большом, простым об удивительном, *ловким замыслом и непроницаемым стилем*». В первом случае в слове имеется вариант перевода «остроумный», во втором — «тайный, скрытый». «Думаю, именно под *крылышком* березы, я продолжаю свою мечту о России, о русском языке» — в данном случае китайскому слову соответствовало также имеющееся в слове «под сенью», однако переводчик выбрал выражение «под крылышком» как более экспрессивное, с его точки зрения. Часто желание сказать как можно более красиво и витиевато приводит к семантическому сдвигу: «Их натуральное пение дает изумительную пронцаемость, которая обладает импозантной силой».

Большой интерес представляют также и индивидуально-авторские метафоры, которые, как показал анализ, обладают большей адекватностью передачи образной информации: «Если можно так выразиться: сердце напоминает озеро, оно красиво и зимой и летом, и никогда не замерзает до конца...», «Русский язык, что же ты — сладкое или горькое вино? Почему ты так поступаешь со мной?».

В целом, можно сделать вывод о том, что внимание авторов и переводчиков чаще направлено на передачу эмоционально-оценочного и экспрессивного содержания образных средств, а не на адекватность передачи семантической информации.

Грамматические процессы в рекламном тексте как стилеобразующее средство

С. К. Беданкова, З. К. Беданкова

Адыгейский государственный университет (Майкоп)

bedan23@mail.ru

Морфологические явления, грамматическая форма, рекламный текст

Summary. The paper describes grammar processes in advertisement texts as both a tendency in the development of the advertisement language, and as a morphological game.

1. В основе понимания морфологических явлений в стилистике лежит точка зрения А. М. Пешковского, при которой изучаются и сравниваются не грамматические значения вообще, а лишь грамматические синонимы, что свидетельствует об ограниченности стилистических возможностей морфологии. Уточняя это положение, А. Н. Гвоздев указывает, что стилистика подходит к фактам со стороны их функций, устанавливая как смысловые, так и экспрессивные своеобразия отдельных языковых явлений в ряду других, объединяемых общностью или близостью основного значения. Поэтому важнейшей частью стилистического рассмотрения составляют синонимические средства языка» [1: 110].

2. Морфологические особенности рекламного текста отражают два аспекта выражения, а именно словоизменительный, когда рекламное имя вступает в синтаксические отношения, и словообразовательный, когда происходит расширение морфологической парадигмы. Эти процессы могут происходить в рамках кодифицированного языка, в соответствии с языковой нормой. Однако наиболее заметны и ярки морфологические процессы в рамках языковой игры, когда, по выражению В. З. Санникова «обыгрываются чаще всего три явления: 1) статус словоформы как наименьшей текстовой единицы...; 2) формальные способы выражения тех или иных морфологических выражений...; 3) игра с семантикой морфологических категорий и форм» [5: 63]. Эти процессы как наиболее заметные и яркие были описаны в исследованиях по языковой игре в рекламных текстах — см. работы Е. К. Курганова (2004), Л. И. Амири (2007), Н. В. Лазовской (2007) и др.

3. Неоспорим тот факт, что рекламный текст это стилистически обусловленный языковой объект, содержащий специфические формы и способы выражения коммуникативной задачи. Это обстоятельство, а также серьезные и многочисленные исследования языка рекламы позволяют приступить к обобщению наиболее активных морфологических процессов как составляющих рекламного стиля. Следует уточнить, что активные процессы в грамматике русского языка соотносятся с морфологическими особенностями рекламного текста, т. е. «в языке действует общий закон обновления выразительных средств» [6: 193], однако исходя из коммуникативно-прагматического аспекта рекламного дискурса, когда «реклама выполняет ценностно-ориентирующую и директивную функции, реклама является многослойным текстом, воздействующим на эмоции и сознание» [6: 497] и отличается целым рядом специфических грамматических явлений.

4. Одно из исследований рекламного текста с позиции его морфологического облика в рамках лингвистического анализа [3] содержит подробную количественную характеристику частей речи и особенностей их перевода при сопоставительном обзоре английской, немецкой и русскоязычной журнальной рекламы. Данный подход позволил прийти к выводу, что «именно в морфологии начинают проявляться языковые различия, затрудняющие перевод рекламных сообщений на иностранный язык» [3: 149]. Это исследование носило описательный характер, и в большей степени посвящено анализу зарубежной рекламы, что было важно в период становления российской рекламы.

5. Вместе с тем исследования в области рекламного текста со временем стали приобретать системный характер, и одним из таких обобщающих событий явилась публикация О. С. Иссерс, где автор утверждает, что «грамматическая система языка обладает значительным потенциалом речевого воздействия, обусловленным несколькими внутриязыковыми факторами: 1) возможностями выбора граммати-

ческой формы из имеющихся в языке вариантов; 2) возможностями использования грамматического контраста; 3) возможностями образования окказиональных грамматических форм» [2: 67–68], выделяя, таким образом, вслед за Е. Н. Ремчуковой [4] «приемы актуализации грамматических единиц языка» в тексте рекламы.

6. В результате наблюдений выявлены наиболее частотные грамматические процессы, характеризующие наружную рекламу:

1) «интерпретирующий потенциал форм категории залога», отмеченный О. С. Иссерс, когда «при помощи грамматической формы залога и порядка слов возможна актуализация активного и пассивного действия» выражается это в умолчании инициатора действия и использовании неопределенно-личных и безличных конструкций: «*говорят (кто? что?)*; *Считается, что...*; *Известно, что...* и т. д.» [2: 68]. Например: *Там, где холодно и жарко, знают, обувь — это «Marko»*; *Покупаем лом цветных металлов*; *Продаем сахар оптом*; *Время менять обувь*; *Пришел, увидел и ...купил*; *Изменим жизнь к лучшему!*

2) расширение парадигмы форм повелительного наклонения и динамика их использования в рекламе также обращает на себя внимание. Употребление предикативов в рекламе, как правило, отражали две полярные позиции в глагольных формах повелительного наклонения: от рекомендательно-извинительной, завуалированной в формы изыскательного наклонения, которая встречается все реже и реже, до императивной, ср.: *организация продает, покупает, реализует* сменилось более декларативным *попробуй, сделай, звоните, приходите, спешите...* и т. п. Следует отметить, что повелительное наклонение в современных текстах стало чаще употребляться в форме единственного числа, что придает слогану разговорный характер и вместе с тем конкретизирует адресата. Например: *РЕФОРМА — мебель перемен. Просто сравните цены*; *Просто добавь воды!* или более императивные: *Не проспни первый звонок!*; *Жарко — пей НООР!*; *Приходи. Празднуй. И ПОБЕЖДАЙ!*; *Сделай паузу, скусший Twix!*; *Надоел обман — приходи к нам.*

3) конкретизация целевой аудитории, а именно молодежной объясняет активизацию не только императива в форме ед. ч., но и употребления сленговых выражений, являющихся результатом одного из самых продуктивных способов видообразования — перфективации: *Засветись на red.mts.ru и получи iPhone*; *Зацени команду АХЕ — Зацени крутой релАКС!*

Рекламный текст как яркое стилистическое явление часто отражает активные процессы, характерные для языка и текстов СМИ, в частности. Но проявление и активизация грамматических процессов в тексте рекламы свидетельствует не только о расширении арсенала выразительных средств, но и о серьезных грамматических сдвигах, вызванных как внутренними — лингвистическими, так и внешними факторами.

Литература

1. Гвоздев А. Н. Стилистика современного русского языка. М., 1967.
2. Иссерс О. С. Грамматика убеждения в русском рекламном дискурсе // Славянские языки и культуры в современном мире: Международный научный симпозиум (Москва, МГУ им. М. В. Ломоносова): Труды и материалы. М., 2009.
3. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация. М., 2004.
4. Ремчукова Е. Н. Креативный потенциал русской грамматики. М., 2005.
5. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М., 1999.
6. Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX–XXI веков / Отв. ред. Л. П. Крысин. М., 2008.

Развитие идей Я. Мукаржевского в современной стилистике русского языка

А. Б. Бушев

Филиал ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет» в городе Твери

alex.bouchev@list.ru

Стилистика, актуализация, метафора, оценочность в лексике

Summary. The paper discusses the theory of actualization, which became an important tool of stylistic analysis in slavistics after Mu-carzewsky. Discussed below are axiological characteristics of actualized units in modern Russian.

В нашей работе нами обсуждается мифологизация идей при помощи метафор, продемонстрированная А. Ф. Лосевым в работе «Диалектика мифа». Нами показано, что метафоры поэта и политика принципиально различаются, поскольку различаются тип дискурса (функциональный стиль), разная языковая личности адресанта и адресата, разные цели, разные смыслы, наличествует или отсутствует фактор массового адресата, налицо разная языковая личность политика и художника. Многие (едва ли не все) метафоры политики банальны, стереотипны. Притчами говорил и Христос. Какова особенность политических и гражданских метафор? Почему эти метафоры так легко номинировать (Дж. Лакофф)?! Все вышесказанное приводит к разделению метафоризации и актуализации (не всякая метафора значима). Основанием в славистике являются труды пращцев, вообще функциональной формальной стилистики.

Так, например, фразеологизмы могут выступать как актуализации комического. Фразеологизмы есть в широком смысле слова метафоризации, весьма неожиданные, культуроспецифические, актуализирующие новые смыслы. Такова их функция в дискурсе. Смыслы, актуализирующие комичную оценочность, представлены в следующей дробе текста (лексические корреляты — метафоризированные фраземы):

Нестандартны метафоризации, актуализирующие смысл «комическое», оценочность:

На М. Горбачева обрушились потоки жесткой критики, «партократы» уже чувствовали запах приближающегося пожара, дали волю своему раздражению... Но когда вконец измотанный Горбачев поставил вопрос о своей отставке с поста Генерального секретаря, члены ЦК дрогнули, испугались своей «смелости», и стали даже просить Горбачева остаться на капитанском мостике. Именно на этом Пленуме была потеряна последняя возможность сбросить с ног изношенные в конце горбачевские лапти и попробовать пойти, как встарь, босыми ногами по росистой траве. Но сил уже не было... мало кто заметил, что на Пленуме забыли, что собрались для того, чтобы наметить пути развития страны. Наступал маразм.

Без труда выделив в вышеприведенном отрывке фразеологизмы и вообще метафоризированные фраземы, исследователь теории текста не может не отметить их функцию актуализации определенных смыслов комичной оценочности. Продемонстрированные примеры свидетельствуют о концентрированной трактовке в метафоризированном образе демонстрируемого смысла, особом приеме пробуждения рефлексии — актуализации.

Напоследок подробнее остановимся на таком конституенте современного политического дискурса, как **аксиологическая лексика**. Исследования вербальных путей представления стереотипов смыкается с исследованиями интеллектуально-информативной и прагматической функции языка, исследованиями выражения в языке информации второго рода — проявлениями эмотивной, волонтиативной, апеллятивной, контакто-устанавливающей и эстетической функций языка с выражением субъективного отношения говорящего к предмету высказывания, собеседнику и ситуации общения. Мы не только называем понятие (денотативное значение), но и «второй части сообщения, связанной с условиями и участниками общения, соответствует коннотация, куда входят эмоциональный, оценочный, экспрессивный и стилистический компоненты значения» [1: 154]. Характерна и **семантическая иррадиация**: присутствие хотя бы одного эмоционального слова придает эмоциональность всему высказыванию. Оценочная лексика характерна для описания общественной жизни и политических событий и нередко использует разные виды переносных значений, в то время как прямые значения нейтральны.

В качестве актуализации может выступать сниженность языка. Характерно, что на арготизированном языке заговорил новый кинематограф: *базар, крутой мочилово, брателло, грохнул*. Важна только уместность такого языкового знака.

Характерный молодежный сленг большинством слушателей воспринимается как оригинальное стилистическое явление: *стебаться, приколист, зажигать, колбаситься, препод, засилово, ституха*. Как разговаривать с представителями финансовых структур, М. Арбатову однажды инструктировал один генерал: *Когда пойдешь разговаривать с крутыми, объясняй им так: «За вами — синие, за нами — спецура. Вы — в семье, мы — в семье. Ну зачем двум семьям спориться из-за какой-то депутатской корочки?» Я ни слова не поняла, но стонала от удовольствия.*

В современном повседневном языке россиян характерны широкое заимствование элементов рекламы, слоганов, политического новояза. Возрастает личностное начало в речи, активнее взаимодействуют книжная и разговорная речь, наличествует языковая игра (*Любишь кататься — катайся на фиг*), юмор (о серьезных вещах говорим с улыбкой), карнавализация, при этом не экономится понимание (из подтекста игру необходимо понимать), наличествуют элементы коллективного языкового сознания (презентемы, логоэпистемы, лингвокультуремы, фигуры знания, интертекстемы). Вот как шутит современный русский язык: *Деньги не пахнут, потому что их отмывают.*

Для сегодняшнего состояния языка, вырвавшегося из-под спуда запретов и нормирования, характерным оказалось жонглирование прецедентными текстами (логоэпистемами), карнавализация, творческое начало. Творческое начало проявляется в создании иронических неологизмов: *катастройка, лжурналист, попу-лизатор, прихватизация, Садовное кольцо, мэриози, карга*. Характерна снисходительность языка к чужим словам, перестраиваемым при помощи норм родного языка: *видик, сидюшник, бмвушка, Емеля*. Лингвоцентризм присущ даже жаргону как отражение рефлексии над языком; лингвокреативность присуща даже неологизмам: *аська, батоны, винды, вarez, винт, доска, ламер, юзер, рулез, сидюк*.

Политическая риторика тоже играет с прецедентными текстами массовой культуры — появляются фразы, делающие запоминающиеся выступления первых лиц России, ярких публичных карнавальных политиков. Грубость на отечественном телевидении (*У кого нет миллиарда — пусть идет в ж***. Ну все, главное слово прозвучало*), запоминающиеся фразы (*лягу на рельсы; начать, процесс пошел, раздай, мочить в сортире, жевать сопли*) можно также рассматривать как стремление к актуализации. Сюда же стоит отнести и более сложные речевые фигуры. Так, лидер политической партии, тоскующей о былом, демонстрирует следующий каламбур (**pun**): *Раньше и жаловаться можно было — РАЙком, а теперь АДминистрация.*

При этом в связи со смыслом комического привлекают внимание **языковые средства оценки**. Оценка вершится не только и не сколько в речевых актах прямой оценки (*Это негодяй*). Или, например, в лекциях по литературе В. В. Набокова даны прямые и косвенные пристрастные оценки (ср. об Элиоте: *Это мошенник даже худший, чем смешной Томас Манн*). Разработка теории актуализации, начатая в филологии русскими формалистами и пращцами, должна быть продолжена.

Литература

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. М., 2002.

Аксиологический аспект языковых ситуаций (на материале русского и чешского языков)

В. Ф. Васильева

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

baby00717@rambler.ru

Языковая ситуация, формы существования национального языка, объект оценки, аксиологические критерии, нормирование и кодификация

Summary. The present paper analyses the role of valued structures of the Russian and the Czech languages.

1. Языковая ситуация понимается нами, вслед за чешскими учеными (А. Jedlička, Fr. Daneš), как комплекс структурированных и неструктурированных разновидностей национального языка (так называемые формы существования национального языка), их функционирование в социальной языковой коммуникации данного общества, взаимоотношения этих форм с точки зрения употребительности в отдельных коммуникативных сферах и межстилевой конкуренции между ними. Языковая ситуация характеризуется динамичностью развития, которое предопределяется изменениями в социальной и коммуникативной сферах. Восприимчивость к переменам обеспечивает языковой ситуации постоянное внимание исследователей. В каждой языковой ситуации, при всем внутреннем своеобразии, получают отражение универсальные социальные процессы, как-то: мировой научно-технический прогресс, интернационализация информационного пространства, стандартизация образа жизни, миграция населения и др. На сегодняшний день языковые ситуации различных этнических сообществ испытывают непреодолимое влияние всеобщего интеграционного процесса, охватившего как большие, так и малые государства. Расширение контактов открывает путь к активному взаимодействию языков, а тем самым и появлению различного рода инноваций, расширению вариативности языковых структур, и, как следствие, — ослаблению строгих предписаний норм литературного (стандартного) языка, возможному их пересмотру. Расшатывание литературных норм приводит, в свою очередь, к смешению языковых кодов, последующей частичной перестройке внутриязыковых структур. Сосуществование различных форм национального языка и соперничество между ними при реализации коммуникативных функций создают в языковой ситуации определенное напряжение. В разрешении спорных вопросов вносит свой вклад аксиологический подход к анализу функционирующих структур.

2. В аксиологическом плане естественный язык является средством выражения ценностных свойств объективируемых сущностей внешнего мира. Вместе с тем, сам язык может быть объектом оценки. Ценностные свойства имеют как отдельные звенья языковой системы, так и сама система в целом (О. Улићný). Способы и критерии, на основании которых проводятся процедуры оценивания, могут различаться в зависимости от поставленных задач, объекта исследования, объема фактического материала и т. п. При всем при этом очевидно, что язык выполняет не только чисто «инструменталистскую» номинационную функцию, служит не только простым «орудием» общения, но он является формой хранения духовного, нравственного, эстетического потенциала народа. В том, как язык сохраняет этот клад, как передает его следующим поколениям, заключается главная аксиологическая функция языка. Именно она бывает причиной острых дискуссий в борьбе «за чистоту языка».

3. При анализе языковых ситуаций в аксиологическом ракурсе представляется важным выявление ценностного потенциала всех форм существования национального языка. Результаты такого исследования позволяют выявить дистрибуцию литературного языка и нелитературных образований. В последнее время все чаще (прежде всего в чешской лингвистике) слышатся голоса, пытающиеся опровергнуть приоритетную роль литературного языка (V. Schmidtová). При этом не учитывается, что престижность формы существования национального языка в аксиологическом аспекте зависит, в частности, от широты ее функционального объема. Литературный язык выполняет интегрирующую функцию, что не способны выполнять субстандартные формы. Он является репрезентантом всей нации. Литературный язык — это язык государственной политики, науки, культуры, экономики, межгосударственного общения. Ни одна из субстандартных форм национального языка не обладает такой широкой полифункциональностью.

4. Для выполнения своих функций литературный язык нуждается «в гибкой стабильности», которую обеспечивает строго выверенное нормирование и кодификация. Они должны учитывать ряд положений, разработанных в теории литературного языка, в частности: требование стилистической маркированности и нейтральности инноваций, их соотносительности или несоотносительности с существующей языковой традицией, характеристику социальной среды функционирования инноваций, выражение рациональности / нерациональности (эмоциональности) языковой единицей, вариативность / невариативность инновации. Шкала ценностной значимости языковых средств не является, разумеется, данной на все времена. Она варьируется общественно-историческими и социолингвистическими факторами. В каждом отдельно взятом случае изменения имеют национальную специфику. Тем более важным для теории языка представляется сопоставительное изучение языковых ситуаций.

5. Изложенные выше теоретические положения рассматриваются в докладе на материале двух родственных языков: русского и чешского. Устанавливаются общие свойства и различия в функционировании форм существования национального языка. Излагается обоснованность или необоснованность некоторых случаев кодификации инноваций.

Литература

1. Нецименко Г. П. Языковая ситуация в славянских странах. М., 2003.
2. Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация. М., 2003.
3. Daneš Fr. Situace a celkový stav dnešní češtiny // Daneš Fr. a kol. Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha, 1997.
4. Jedlička A. Spisovný jazyk v současné komunikaci. Praha, 1978.
5. Schmidtová V. Postavení spisovného českého jazyka v kulturním klimatu // Spisovná čeština a jazyková kultura. Praha, 1995.
6. Uliћný O. Spisovná čeština a jazyková orientace // Spisovná čeština a jazyková kultura. Praha, 1995.

К основам функциональной стилистики традиционного фольклорного текста

М. А. Венгранович

Тольяттинский государственный университет

wmaphil@mail.ru

Фольклорный текст, экстралингвистические факторы фольклорного текста, стилистические черты фольклорного текста

Summary. In the report the author focuses on the level dependence between extralinguistic factors, stylistic features and their realization in the structure of folklore text. The author makes conclusion concerning functional and stylistic origin of a folklore text.

Наиболее актуальным и менее изученным аспектом исследования феномена фольклорного текста на современном этапе является стилистический аспект, предполагающий не только выявление стилистической характерности фольклор-

ных текстов, но и определение факторов, обуславливающих эту специфику. В настоящее время накоплен значительный исследовательский материал, связанный, прежде всего, с прикладными аспектами рассмотрения фольклорных фактов,

однако до сих пор остается неразрешенным вопрос о стилевом статусе языка фольклора. Это связано со спецификой самого объекта исследования — **языка фольклора**, который является сложным по генезису системным образованием, имеющим гетерогенную природу и замкнутый характер, что дает основания исследователям для сопоставления данного языкового феномена с различными пластами общенародного языка (прежде всего с диалектом и языком художественной литературы). Поэтому разрешение данного вопроса, на наш взгляд, лежит в русле функционально-стилистической исследовательской парадигмы, методологической основой которой является изучение любого вида текста в диалектическом единстве двух сторон — **текстовой и экстралингвистической**. Данный подход предполагает детерминацию структуры текста экстралингвистическими факторами, выступающими в качестве основных (стилеобразующих) для фольклорной речи и эксплицирующихся в структуре текста посредством языковых единиц всех уровней. Именно под влиянием экстралингвистической основы происходит формирование лингвистической специфики фольклорного текста, и, прежде всего, его основных стилевых признаков — **базовых стилевых черт**.

В качестве базовых экстралингвистических факторов фольклорного текста мы выделяем следующие: **фольклорное сознание** как специфический способ художественного освоения действительности; **коллективное авторство**, обуславливающее специфику участников коммуникативного акта — речевого субъекта и адресата; особый характер **фольклорной коммуникации** и **фольклорной речевой деятельности макросферы**. **Фольклорное сознание** (в отличие от художественного сознания) характеризуется мировоззренческим синкретизмом, отразившим в устойчивой системе мировоззренческих значимостей собственные стадийные изменения, что и поддерживает единство фольклора на всех этапах его развития. Основным итогом моделирующей работы фольклорного сознания можно считать формирование фольклорной **традиции** — сложной многоуровневой категории, обладающей особой реальностью в виде «идеальных центров», где устанавливаются межтекстовые отношения. В условиях общественной функции фольклора как искусства слова и коллективного характера творческого процесса субъектом фольклорного творчества является **коллективный автор**, который дифференцируется на исполнителей и слушателей только в ситуации исполнения фольклорного произведения. Поэтому категории **субъекта (исполнителя)** и **адресата (слушателя)** в фольклоре имеют признаки инвертированности, неразграниченности, что позволяет объединить их в единую категорию — **гиперсубъект фольклорного творчества**. Его проекцией на плоскость фольклорного текста является **фольклорный образ автора** — обобщенный образ коллективного творца, создавшего и поддерживающего традицию организации языковой ткани фольклорного текста в соответствии с его идейно-художественной функцией. Коммуникативный процесс в фольклоре характеризуется «естественным», «контактным» типом, непрерывностью, что приводит к усилению эффекта соприутствия и способствует осуществлению двунаправленного воздействия на фольклорный текст и, соответственно, делает исполнителя и слушателя сотворцами единого фольклорного **гипертекста**, обладающего чертами открытости, неза-

вершенности и бесконечности. **Фольклорная эстетическая макросфера** характеризуется особыми параметрами: полифункциональной природой, особым способом эстетического освоения действительности — художественно-обобщающим методом (В. П. Аникин), народным эстетическим идеалом и особым типом восприятия, специфика которого связана с креолизованной природой фольклорного текста, устойчивой формой его бытования, существованием фольклорного произведения в предметно-эстетизированной среде, коллективным характером творческого процесса, а также специфическим механизмом воздействия фольклорного текста.

Исходя из специфических экстралингвистических факторов традиционного фольклорного текста, мы выделяем обусловленный ими **комплекс базовых стилевых черт**, определяющий лингвистические признаки данной разновидности текста: **обобщенность, традиционность (фольклорную стереотипность)** и **художественно-образную речевую конкретизацию**, имеющую специфический характер (отличающий ее от аналогичного стилевого признака художественного текста). **Обобщенность** как базовая стилевая черта фольклорного текста, формируемая в рамках художественно-обобщающего метода, реализуется на всех уровнях фольклорного текста в виде специфических языковых средств: нерасчлененного комплекса значений фольклорного слова, в неопределенности морфологического статуса речевых единиц фольклорного текста, в функционировании синтаксических конструкций, выражающих инвариантное значение обобщенного характера через перечисление конкретных вариантов и др. **Традиционность (фольклорная стереотипность)** пронизывает фольклорный текст на всех его уровнях, формируя комплекс разноразнозначных явлений фольклорной художественной стереотипии (традиционный фольклорный смысл, постоянный эпитет, фольклорный символ, парные сочетания, текстовые константы различного объема, основанные на различных видах повтора, традиционные композиционные приемы). Внутритекстовое сцепление традиционных элементов внутри фольклорного текста создает речевую системность особого рода — традиционную по своей функционально-стилистической характеристике и одновременно открытую, способную к вариативности, обращенную в обширную межтекстовую область — к макротексту единой фольклорной традиции. **Художественно-образная речевая конкретизация**, имеющая специфический, отличный от конкретизации в литературно-художественном тексте, характер, в зависимости от механизмов построения фольклорного образа, реализуется в фольклорном тексте в виде трех основных типов, среди которых мы выделяем: **сопоставительную, ступенчатую и линейную конкретизацию**.

Резюмируем. Выявленная ступенчатая зависимость между экстралингвистической основой фольклорного текста, его базовыми стилевыми чертами и их проявлением в виде специфических лингвистических признаков в структуре фольклорного текста позволяет говорить о функционально-стилевой близости фольклорного и литературно-художественного текстов и прийти не только ко вполне обоснованному выводу о художественной природе фольклорного текста, но и к признанию языка фольклора **функционально-стилевой разновидностью художественной речи** с присущими ему специфическими признаками.

Маркетинговый дискурс: функционально-стилистическая дифференциация

Л. Б. Волкова

Санкт-Петербургский государственный университет

lb_volkova@yahoo.com

Дискурс, маркетинг, функциональные стили, метафоризация, языковая игра

Summary. The research aims to provide the description of the discourse in the sphere of marketing from the perspective of functional stylistics. Special attention is paid to the influence of extralinguistic factors on the language features of the texts on marketing. According to the goal of the communication, addresser and the addressee the author distinguishes between scientific-practical and journalistic and consumer's type of discourse.

Маркетинг в России представляет собой относительно новую, но активно развивающуюся сферу научной и практической деятельности, охватывающую практически все области жизни: маркетинг товаров и услуг, маркетинг промышленных предприятий, маркетинг в медицине и гостиничном

бизнесе, политический маркетинг и маркетинг высшей школы. Речевая, коммуникативная деятельность занимает в работе специалистов по маркетингу одно из центральных мест, а в таких областях, как маркетинговые коммуникации, копирайтинг, нейминг работа со словом является ведущей.

Речевые произведения, создаваемые маркетологами, маркетинговый дискурс, представляют необычайно интересный лингвистический материал для исследования. Это, во-первых, процессы формирования и функционирования терминологии, которая складывается под достаточно сильным влиянием английской терминосистемы; во-вторых, реализации семантических и прагматических значений языковых единиц в новых жанровых формах, в-третьих, типовые формы организации текста и жанры маркетинга, а также условия их эффективного употребления, в-четвертых, коммуникативные неудачи в маркетинговом дискурсе и причины их возникновения. Тем не менее следует заметить, что исследования маркетингового дискурса как лингвистического феномена в целом немногочисленны (см., например, Е. П. Голубков, Н. В. Сербиновская).

Одной из первых задач в изучении маркетингового дискурса, на наш взгляд, является выяснение его лингвистического статуса, который определяется функционально-стилистической дифференциацией языковых средств и жанровой типологией. Исходя из того, что сфера деятельности, цели коммуникации, автор и адресат являются ведущими экстралингвистическими факторами, обуславливающими членение дискурса, можно выделить профессиональный и потребительский дискурс.

Профессиональный дискурс создается специалистами (профессионалами) и для специалистов. В свою очередь, принимая во внимание неоднородность адресатов-специалистов, мы можем разделить профессиональный дискурс на теоретический (научный) и прикладной (эмпирический). Теоретический маркетинговый дискурс характеризуется всеми чертами, присущими научному стилю речи: строгостью и последовательностью изложения, логичностью, терминологичностью, отсутствием экспрессии.

Эмпирический дискурс, создается, как правило, специалистами-практиками для решения практических, прикладных задач, обсуждения конкретных вопросов маркетинговой деятельности. Анализ текстов, ориентированных на решение прикладных задач маркетинга, выявляет их стилистическую неоднородность. С одной стороны, выделяется класс текстов, соответствующих нормам научного изложения, а, с другой стороны, речевые произведения, тяготеющие к публицистике. Соответственно, можно говорить о 1) научно-прикладном и 2) публицистическом маркетинговом дискурсе. Для последнего характерна экспрессивность, эмоциональность, оценочность, которая выражается в языковой игре (*двуликий топус, нультовое событие, реальная виртуальность, академия продажных наук* и др.), персонализации дискурса, его обращенности к каждому (*За фамилию ответишь!*, *Пожизненно Ваш*, *Продай или умри!* и т. д.), метафоризации ключевых понятий и явлений (например, *чужие люди* — о рынке временного персонала, *чело-*

век-невидимка — об интеллигенции, которая не охватывается маркетинговыми исследованиями, *маркетинг в розовом цвете* — маркетинге женских товаров и т. д.). При этом метафоризация в текстах по маркетингу выполняет несколько иные функции, чем метафора в собственно научной прозе. Если в научном тексте метафора выступает как один из приемов порождения новых смыслов, способствующий формированию понятий об объекте изучения и получению нового знания о нем, то в маркетинге познавательный аспект отступает на задний план, а ведущими становятся рекламная (собственно маркетинговая) и экспрессивная функции. Другой отличительной чертой использования метафор в маркетинге является создание на основе одной метафоры практических руководств (например, на понятии «фиолетовая корова» строится концепция ведения бизнеса посредством производства и нахождения выдающегося продукта и т. д.).

Основными жанровыми формами профессионального научного и научно-практического дискурса являются такие традиционные жанры, как монография, учебник, учебное пособие, статья; публицистический маркетинговый дискурс включает статьи, пособия, различного рода руководства (например, руководства по продажам), памятки, тендерные и коммерческие предложения, выставочные материалы, репортажи с места продаж, интервью, аннотации, рецензии, пресс-релизы и др.

К потребительскому маркетинговому дискурсу следует отнести всю ту речевую продукцию, которая создается специалистами по маркетинговым коммуникациям (специалистами по рекламе и связям с общественностью) с целью продвижения товара и стимулирования сбыта: реклама, листовки, прямую рассылку, анонсы, и т. д. Исследованию данных жанров посвящено значительное количество работ, более того предлагается рассматривать рекламные тексты как самостоятельный функциональный стиль (см., И. А. Имшинецкая). С нашей точки зрения, продуктивен целостный функционально-стилистический подход к анализу речевой продукции в сфере маркетинга, собственно лингвистические и лингвопрагматические характеристики которого необходимо изучать с учетом их проявления и варьирования в различных типах маркетингового дискурса.

Литература

1. Голубков Е. П. О некоторых понятиях и терминологии маркетинга // Менеджмент в России и за рубежом. 2003. № 5.
2. Имшинецкая И. А. Тексты коммерческой рекламы: стилиевой статус и жанровая дифференциация // Вестник Челябинского государственного университета. Филология, искусствознание. 2007. № 1. С. 51–56.
3. Сербиновская Н. В. Содержание и структура терминологии маркетинга // Проблемы регионального управления, экономики, права и инновационных процессов в образовании. Т. 4. Таганрог, 2007. С. 266–273.

О рекламном характере заглавий текстов массовой литературы

Н. В. Вольская

Ульяновский государственный университет

vnv8484@mail.ru, vnv8484@rambler.ru, luna15@danet.ru

Заглавие художественного произведения, рекламное сообщение, маркер повседневности, воспроизводимая единица, беллетристическая норма

Summary. The author analyzes titles of trade books published in recent decades. The overlap of title theory basic provisions and key points of successful advertisement message leads to the conclusion of a title being the ideal field for realization of advertising text informative and provocative functions. After hypothesizing that advertising copy must be familiar and clear to consumer, author points out popular methods of title creation. These methods witness the domination and, simultaneously, loosening of «belletristic norms». And book titles represent peculiar «portable version of modern culture».

Массовая литература последнего времени выбирает броское, коммерчески выгодное заглавие, которое призвано представлять текст как товар и поэтому должно выполнять основные функции рекламного обращения: создавать впечатление осведомленности о рекламируемом объекте и стимулировать решение о его приобретении. Название является идеальной площадкой для реализации коммерческих и потребительских запросов. Заметим, что и рекламный текст, и заглавие художественного произведения требует максимальной компрессии высказывания и предполагает моделирование системы текстовых (семантических) уровней.

Оппозиция высокой культурной традиции русской литературы и массовой культуры потребительского общества

формирует запрет на поиск и углубление метафорической емкости языка рекламного заглавия — иначе потребитель может не извлечь сведений об основных категориальных и товарных характеристиках предложенного продукта (например, о жанре произведения). Многоаспектность семантики заглавий, характерная для элитарной литературы, в массовой литературе ограничена обычно двумя планами — узальным и переносным / игровым.

Заинтересованность в фиксации и презентации уникального торгового предложения приводит к использованию определенных художественных приемов. Ориентация на широкую аудиторию требует максимального приближения текста заглавия к узусу массовой аудитории, подбора об-

щедоступных, общепонятных средств выражения. Сумму приемов создания рекламного заглавия, перефразируя слова Ю. М. Лотмана, можно определить как эстетику тождества, основанную на вошедших в обиход моделях-штампах [4: 275].

Довольно часто в заглавии включается **характерная лексика**, например, **маркеры**, **индексы повседневности** (*Гламурная невинность*); возможно прочтение компонента заголовка в качестве части наиболее популярной парадигмы культурного кода (*Готическая коллекция*). Эти номинации вызывают образы соответствующих ситуаций. Причем маркером повседневного быта становится не просто вещь или концепт, а «модная» вещь или тенденция: «после перестройки мы пережили минимум три словесных волны: бандитскую, профессиональную и гламурную, а в действительности прожили три важнейших одноименных периода, три, если хотите, моды, разглядеть которые позволяет наш родной язык» [3: 18]; и заглавия аккумулируют наиболее характерные приметы современной языковой ситуации и вкусовых пристрастий различных социальных групп.

Формы превосходной степени, запрещенные к употреблению Законом о рекламе, легко встраиваются в структуру заглавий — согласованных словосочетаний (*Самая шикарная свадьба*).

Наиболее популярными стали **комбинаторные способы** образования заглавий — с опорой на промежуточную лексическую единицу.

Преобразование воспроизводимой единицы, «логоэпистемы» [1], что, с одной стороны, создает некую необычность и развлекает, а с другой — легко прочитывается адресатом, среднестатистическим потребителем товаров и услуг, создавая эффект включенности в группу, льстя умственным способностям реципиента и за счет этого повышая число продаж. При этом чаще всего используются следующие типы структурно-семантических преобразований исходной единицы: 1) замена компонента (*Безумная кепка Мономах*), в том числе — на базе словообразовательной аттракции (*Несекретные материалы*), фонетической аттракции (*Фигура легкого эпатажа*), родо-видовых отношений наименований, по модели исходной единицы (*Принцесса на Кириешках*); 2) изменение структуры (*Чудовище без красоты*); 3) контаминация воспроизводимых единиц (*Скелет из пробирки — скелет в шкафу и ребенок из пробирки*). В качестве темы рекламного заглавия выступают актуальные элементы «светской жизни» (*Досье на кошку Че; Доллары царя Гороха; Экстрим на сером волке; Бутик ежовых рукавиц*). Опосредующая единица — логоэпистема, которая

становится как бы внутренней формой заглавия беллетристического произведения, матрицей познания нового.

Материал для будущих заголовков авторы, как правило, находят среди языковых единиц, принадлежащих тому или иному культурному коду, в том числе массовой культуре и современным субкультурам. Происходит своеобразный перевод с языка одной культуры на язык другой, ориентированный на упрощенное представление необходимого набора культурных знаков и символов.

Имитация гипо-гиперонимических отношений — попытка нейтрализации видо-видовых различий квазисинонимов и последующая имитация отношений включения между ними. Нередко результаты этих манипуляций приобретают вид коммуникативных ошибок — нарушения стилистической сочетаемости компонентов (*Бойфренд императрицы*) или логического и психологического соответствия темы и ремы (*Дайвинг для крокодила*). Узуальные, традиционно используемые в данных сочетаниях номинации заменяются жаргонизмами, поскольку в новой культурной ситуации нуждаются в содержательной ревизии и включении в иную сеть отношений.

Развитие метафорического образа в соответствии с авторским заданием — буквальные номинации, очерчивающие персонажную систему и развитие сюжета, определяют развитие метафоры (*Уха из золотой рыбки; Филе из золотого петушка* — ключевые слова этих заглавий современных детективов входят в ассоциативное семантическое поле «убийство — смерть»).

Установка на потребление создает особый культурный и эстетический код, но по-своему сохраняет апробированные высокой литературой выразительные средства и художественные приемы. В настоящее время в поэтике заглавий, литературе и — шире — культуре превалирует так называемая «беллетристическая норма» [2], предлагающая видеть мир в пределах определенным образом организованной практики. Заглавия текстов представляют собой некий «портативный вариант современной культуры» [5: 384], включающий норму и попытки нарушения и расширения ее границ.

Литература

1. Бурвикова Н. Д., Костомаров В. Г. Логоэпистемическая составляющая современного языкового вкуса // Филологические науки. 2008. № 2. С. 3–11.
2. Григорьев В. П. Поэтика слова. М., 1979.
3. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. М., 2007.
4. Лотман Ю. М. Структура художественного текста // Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб., 1998.
5. Черняк М. А. Массовая литература XX века. 3-е изд. М., 2009.

Особенности языка делового общения в правовой сфере

Ю. А. Воронцова

Белгородский юридический институт МВД России

vorontsova73@mail.ru

Стилистика деловой речи, законодательный подстиль

Summary. The paper characterizes the language style used by legal professionals in the course of their work. The paper specifies the categories of legal writing and analyzes the main features of legal texts.

Перед юристами ежедневно встают вопросы, решение которых требует большого количества знаний из области русского языка. Работа с людьми (свидетелями, пострадавшими, подозреваемыми, обвиняемыми, подсудимыми, подзащитными) в деятельности юриста занимает весьма важное место. Особо в ней выделяется способность изложить (описать) с помощью языка оценки особенностей восприятия участника уголовного процесса, его мышления, эмоционально-волевой и мотивационной сфер, жизненных установок, а также действия и бездействия людей, их переживания и поступки, которые находят выражение в устной и письменной формах.

Деловое общение является главным инструментом юридической деятельности, т. к. его основная цель — предавать и получать конкретную информацию, связанную с правовыми отношениями. Проблема эффективной речевой коммуникации особенно актуальна в юридической сфере, поскольку рассматриваются ситуации, которые могут стать предметом правовых отношений, например, определение взаимных прав

и обязанностей, обвинение в преступлении и т. д. Поэтому в правовой коммуникации действует особая система правил употребления лексических, морфологических, синтаксических единиц, обеспечивающих выполнение юридических требований к языку права (законодательства).

Язык — это важный компонент, определяющий качество любого юридического текста. Он является основным средством формулирования правовой нормы. Законодательный подстиль официально-делового стиля является частью литературного языка, однако его специфика определяется особым назначением права — быть регулятором общественных отношений, отсюда — его предписывающий характер.

Правовой текст «не описывает события, факты, научные понятия, чувства и переживания людей, не характеризует отношения к определенным лицам, явлениям действительности. Он не доказывает, не объясняет, не убеждает, а властью предписывает субъектам права определенное поведение, формулирует требования, общеобязательные предписания» [1: 18].

В нормативных суждениях о возможном и должном поведении субъектов используются термины из области юриспруденции, других гуманитарных наук, а также естествознания и техники — в зависимости от предмета регулирования каждая отрасль законодательства располагает своим терминологическим словарем, например: *вменяемый, деяние, искровая давность, безработный, банк, недоброкачественная продукция, прекращение доверенности, просрочка должника, оттиск следа* и т. п.

В правовом тексте преобладают отглагольные существительные типа *осуществление, вынесение, возбуждение, представление, задержание, изъятие, доведение, дознание, наказуемость, недонесение, отобрание, промотание, изыскание, недоукомплектование, неизвещение, невручение*.

Общение в правой сфере осуществляется по определенным стандартам, поэтому необходимым элементом любого документа являются различные устойчивые обороты, отражающие определенные юридические понятия: *обжалованию не подлежит, в случае неявки, привлечь к уголовной ответственности, свидетельский иммунитет, презумпция невиновности, вынести частное определение, причинить телесные повреждения*.

Очень часто используются глаголы и обороты со страдательным значением: *вина подсудимого подтверждается следующими обстоятельствами* (а не *следующие обстоятельства подтверждаются*).

В юридических текстах всегда что-то утверждается, констатируется, предписывается, иногда указывается на необходимость тех или иных действий, поэтому для текстов свойствен особый способ изложения. Например, правовым текстам не свойственно рассуждение, так как в них приходится не доказывать что-то, а устанавливать, регламентировать. Повествование также не характерно для законодательного подстиля, поскольку здесь не возникает необходимость рассказа о каких-либо событиях. Так в частях постановлений, представляющих решения, изложение идет в стиле констатации, утверждения: *Обобщение судебной практики свидетельствует о том, что борьба с указанными деяниями не отвечает предъявленным требованиям и должна быть усилена...* В юридических текстах почти нет описаний: *По окончании расследования составляется обвинительное заключение...* (должно составляться) — внешне похоже на описание, но в действительности представляет собой особый способ изложения в виде констатации. Только в протоколах осмотра места происшествия, в протоколах ос-

видательства, в протоколах осмотра трупа, в ориентировках отмечаются элементы описания, например: *Сумка дамская из кожи черного цвета, бывшая в употреблении, в хорошем состоянии, прямоугольной формы, размером...* В протоколах допроса наблюдаются элементы повествования: *29 июня, днем, мы с Колей Малышевым стали подниматься в лифте к нему домой на 7-ой этаж. Когда мы нажали кнопку в кабине лифта, дверь лифта не закрылась. Коля встал на колени, просунул руку за открытую дверь кабины лифта и стал что-то выцарапывать на внутренней стенке шахты лифта, пока лифт двигался вверх. Вдруг Коля заорал, и я увидел, как его руку, всего его тянет в шахту. Я зажмурился, стало страшно. Когда лифт остановился, я выбежал из него. На лестничной площадке стояли люди. Потом я узнал, что Коля умер.* Но функция описания и повествования здесь — констатировать определенные факты, имеющие значение для следствия.

Юридические тексты характеризуются объективностью. Здесь недопустима малейшая возможность выражения субъективного мнения лица, составляющего документ. Объективность проявляется в полном отсутствии эмоционально окрашенной лексики. Способствуют объективности существительные, называющих лицо обобщенно, как носителя определенных функций, как представителя государства: *следователь, суд, прокурор* и др. Объективность проявляется и на синтаксическом уровне — в преобладании пассивной формы выражения: *Новиков обвиняется в совершении преступления; рассматривается уголовное дело; предъявлено обвинение; преступление наказывается* и т. д. Объективности изложения служит прямой порядок слов: *Мне поручено производство следственных действий; расследованием установлено; из заявления усматривается; в возбуждении уголовного дела отказано; предъявлено обвинение* и др.

Подобные языковые явления характерны только для правовой сферы общения и наблюдаются только в ней.

Перечисленные языковые особенности в совокупности образуют своеобразную стилистическую систему, функционирование которой регулируется определенными правилами. Недостаточно последовательное выполнение этих правил или же, например, применение их за пределами официально-деловой сферы приводят к стилистическим ошибкам.

Литература

1. *Прияшников Е. А.* Особенности языка закона // *Язык закона* / Под ред. А. С. Пиголкина. М., 1990. С. 18–26.

О неучтенном источнике для изучения студенческого жаргона XIX века

Е. В. Гаева (Ковалёва)

Курганский государственный университет

antiq@rambler.ru

Студенческий жаргон XIX века

Summary. Novel of P. D. Boborykin “V put’-dorogu” is source for the study of jargon of student.

Романы и повести П. Д. Боборыкина — очень ценные документы для лингвиста, потому что содержат огромный пласт живой лексики и фразеологии, характерной для второй половины XIX века и скрупулезно зафиксированной Петром Дмитриевичем. В частности, в романе «В путь-дорогу» (1862–1864) нами обнаружен такой абсолютно неизученный языковой пласт, как русский студенческий жаргон второй половины XIX века:

— *Он с вами тут об каких гешештах говорит... вы его не слушайте; он шалдашничает... надо сегодня идею развить... потому что его нынче штрихнули.*

Телепнев ровно ничего не понимал [1, т. 3: 26].

Вслед за Телепневым мы тоже «ровно ничего не понимаем» в речи студентов. И автор романа вовсе не склонен объяснять непонятные слова: нас, читателей, также, как и Бориса Телепнева, П. Д. Боборыкин окунает в атмосферу новой, неизведанной студенческой жизни. Только спустя несколько глав мы начинаем улавливать примерное значение таинственных *шалдашничать, развить идею, штрихнуть* и под. Что это? Осознанный художественный прием Петра Дмитриевича? Или П. Д. Боборыкин в силу молодости (ведь сам-

то он только со студенческой скамьи) просто не подумал о том, что читатель может не понять смысл буквально перегруженного жаргонизмами текста? Сейчас трудно сказать по этому поводу что-либо определенное.

Работая с текстом романа, мы вычленили около двухсот лексем и фразеологизмов, которые имеют явно жаргонный характер и напрямую связаны с темой учебы (гимназия и университет).

В 2007 г. О. А. Анищенко выпустила «Словарь русского школьного жаргона XIX века», в котором содержится около 1000 лексических и фразеологических единиц. О. А. Анищенко при составлении словаря привлекала огромное количество источников, однако роман П. Д. Боборыкина «В путь-дорогу» в поле ее зрения не попал. Наша картотека студенческого жаргона, составленная по материалам романа П. Д. Боборыкина, может стать существенным дополнением к словарю О. А. Анищенко и может обновить существующий в ее словаре тезаурус почти на одну пятую.

Этимологический анализ жаргонных единиц в романе П. Д. Боборыкина указал на примерно равное соотношение немецких (79) и собственно русских (69) жаргонизмов: с од-

ной стороны, *абфасировать*, *анцигировать*, *арминец*, *арогант*, *ауфлезировать*, *беллюстиная*, *боля*, *брандфукс*, *бурш*, *буршентум*, *буршикозный*, *вильдер*, *гезеф* и др., а с другой, *беспристрастный* — «судья на дуэли»; *виноградный напиток*; *важнец* — «отлично, превосходно»; *выход* — «раунд»; *глазные* — «глазные болезни»; *голубой воротник* — «обозначение студента»; *естественные* — «зоология, ботаника и минералогия, в обширном смысле также физика и химия»; *занимательная* — «комната, предназначенная для занятий»; *зубрило*; *казёница* — «казенные студенты» и т. д.

Такое странное на первый взгляд соотношение объясняется тем, что в романе описываются порядки Д*, или Дерптского университета (т. е. в романе представлен жаргон в основном одного университета, причем жаргон этот значительно отличался от студенческого жаргона других городов России). По свидетельству энциклопедического словаря Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона, Дерптский университет был практически немецким по составу профессоров, по-русски преподавать в нем стали только с 1890 г. До 1890 г. (а действие романа относится к началу 60-х гг. XIX века) как преподавание было на немецком языке, так и студенческая жизнь была устроена на немецкий (буршикозный) манер. Поэтому русские студенты, попавшие в немецкоязычную среду, и начинали в своей речи наряду с русскими активно использовать немецкие лексемы.

На фоне немецких и собственно русских слов жаргонные заимствования из других языков (французский, латинский, греческий, английский, польский) единичны.

Семантический анализ студенческого жаргона второй половины XIX века на материале романа П. Д. Боборыкина позволил выявить следующие особенности:

1. Лица в XIX веке именуются преимущественно по должности или социальному положению: *арминец* («член нем. корпорации буршей «Арминия» в Д*»), *брандфукс* («студент второго семестра обучения»), *бурсак* («бурш»), *вильдер* («студент, не входящий в корпорацию буршей») и др.

Лексика, экспрессивно описывающая человека, немногочисленна: *гелертер* («человек большой учености, но преимущественно книжной и без самостоятельного творчества»), *гимназёр*, *зубрило*, *казенница*, *кнут* («немецкое бранное слово, употребляемое преимущественно студентами») *красная говядина* («бранное прозвище гимназистов, имевших (в 50-х и 60-х годах XIX в.) мундир с красным воротником»), *моветка*, *моветон* и *моवेशка* («человек, не соблюдающий правил хорошего тона») и др.

Иногда эмоциональное отношение к лицу проявляется через дополнительные лексические элементы: *арогант* («напыщенный, высокомерный, дерзкий»), *буршикозный* («развязный, бесцеремонный, грубоватый; бесшабашный, бойкий, лихой»).

Для студенческого жаргона XIX века описание внешнего вида человека в целом не характерно. В романе нам удалось найти только жаргонные обозначения лица: *рождественская часть*, *сусло*, *физимордия*.

2. Лексика, связанная с обучением, оказалась актуальной во все времена. Разница здесь вызвана исключительно особенностями преподавания и набором дисциплин. В XIX веке мы видим *естественные*, *занимательная*, *сборная* («комната»), *фах* («предмет обучения»), *ферии* («каникулы»), *физический* («кабинет физики»), *штудирциммер* («комната для занятий, кабинет»).

3. Студенты всех времен оказались единодушны и в тех случаях, когда дело касается выпивки. Только в XIX веке предпочтение отдавали вину: *бургундский граф* («бургонское вино»), *боля* («спиртной напиток, вино»), *виноградный напиток* («вино»), *гезеф* («преимущественно о пиве, пивных бутылках»), *гравес* («белое вино, названное по имени французского местечка Гравес»), *нуй* («вид тонкого бургонского вина, названного так от города Нью»), *шаблис* («род белого бургонского вина»).

Другие способы проведения досуга у молодежи XIX века значительно отличаются: для студентов XIX века актуальны карты (*тикендрясы*, *шестерка*, *направо налево*), бильярд (*кикс*, *средняя*, *шарокат*, *шаропех*, *шарушка*) и дуэли (*гибера*, *хиб*, *секунда*, *терц*, *кварт*, *мензура*, *паукант*, *паукапрат*, *паукировать*, *паукоман*, *фехтбоден*).

5. Анализ жаргонизмов, касающихся денежных отношений, показывает, что студенты XIX века финансово были более подкованы: *кавент* — «поручитель», *кавировать* — «выступать поручителем», *кауция* — «залог»; *пуфировать*, *пуфнуть* — «ссудить».

В целом семантический анализ свидетельствует, что студенческий жаргон второй половины XIX века довольно сух, сдержан, эмоционально «ушербен», что в незначительной степени объясняется строгой иерархией общественных отношений, не нарушаемых в то время даже самой прогрессивной частью общества — студенчеством.

Литература

1. Боборыкин П. Д. В путь-дорогу // Боборыкин П. Д. Сочинения в двенадцати томах. Т. 1–3. СПб., 1884–1885.

Модельная языковая личность российского ученого: проблема реконструкции и поуровневого описания

Е. И. Голованова

ГОУ ВПО «Челябинский государственный университет»

ligol@csu.ru, ligol09@rambler.ru

Русская языковая личность, профессиональная языковая личность, модельная языковая личность, поуровневый анализ

Summary. The research is devoted to the problem of reconstruction of the model language personality of a Russian scientist and the peculiarity of its lexicographic description. According to the author's conception, the structure of a professional language personality includes three levels: the level of professional knowledge, the level of personal ideas, and motivational-pragmatic level. Based on this structure, the dictionary of a scientific language personality consists of 3 parts, which represent the scientific content of the sphere of the concept (terms that are most important to a scientist), personal ideas, and precedent texts and names.

Исследование специфики языковой личности ученого, обусловленной его профессиональной и шире — культурной деятельностью, является актуальной задачей современной лингвистики. На основе выявленных универсальных и национально-культурных характеристик личности ученого возможно построение (реконструкция) модельной языковой личности представителя российской науки.

К изучению языковой личности и влияния на нее социальной среды обращались многие отечественные лингвисты: В. В. Виноградов, В. П. Тимофеев, Г. И. Богин, Ю. Н. Караулов, Т. В. Булыгина, В. Г. Костомаров, Г. Г. Почепцов, Б. А. Серебрянников, Ю. С. Степанов, В. И. Шаховский, А. Д. Шмелев, В. П. Нерознак, С. Г. Воркачев и др. Значимыми для исследования языковой личности являются теоретические положения, разработанные Ю. Н. Карауловым, определение языковой личности, предложенное Г. И. Богиним, а также ряд работ крупных отечественных ученых:

«Образ человека по данным языка: попытка системного описания» Ю. Д. Апресяна, «Личность, индивидуальность и субъективность в языке и речи» В. З. Демьянкова, «Языковой круг: личность, концепты, дискурс» В. И. Карасика. Все названные авторы развивают идеи Э. Бенвениста о проявлении «человека в языке».

Ученый — особый тип языковой личности. Язык и стиль его мышления определяется постоянной рефлексией и саморефлексией, «внутренним диалогом», стремлением классифицировать и систематизировать попадающие в «поле зрения» факты действительности; выявлять закономерности, обнаруживать сходное и различное между объектами; вербализовать и одновременно интерпретировать в слове свои эмпирические наблюдения. В соответствии с этим у ученого складывается специфическое отношение к слову и языку в целом как средству осуществления мысли, элементу мышледействия.

Для разработки адекватного описания составляющих языковой личности российского деятеля науки необходимо учитывать особенности формирования ученого как социального типа и значимость его роли в русской культуре. Ключевыми характеристиками ученого выступают: 1) определенные социальные отношения, принятые в научной среде; 2) активная речемыслительная деятельность, протекающая по нормам и эталонам, присущим данной лингвокультуре; 3) воплощение элитарного типа культуры на всех уровнях личности — мотивационном, коммуникативном и функциональном (по И. А. Стернину).

Выявление специфических характеристик профессиональной языковой личности ученого осуществляется на основе анализа корпуса научных текстов. В центре внимания оказываются заголовки научных статей, индивидуально маркированная терминология, система образных средств, разнообразные проявления личностного начала (в посвящениях, текстах предисловий, введении и заключении к монографиям, в авторских комментариях, статьях в юбилейных сборниках т. п.).

Персональные тексты коммуникации ученых представляют собой основной источник сведений об особенностях получения, обработки и трансляции научного знания, процессах концептуализации и категоризации объектов, о ценностном компоненте языковой личности ученого (этнокультурных и индивидуальных личностных смыслах), об особенностях проявления его лингвокреативной деятельности, о специфике сознания рефлексивного типа, прототипным носителем которого выступает ученый.

На основе воссоздания модельной языковой личности российского ученого во всей полноте ее когнитивных и ценностных характеристик становится возможным ее лексикографическое представление на примере ярких и самобытных деятелей науки.

Структура профессиональной языковой личности, как показали наши исследования [1]; [2], включает три основных уровня: 1) **уровень профессиональных знаний**, получающий реализацию в используемых личностью терминах и других специальных единицах; 2) **уровень индивидуальных личностных смыслов**, отраженный в ключевых словах, сквозных темах и проблемах профессионально ориентированной коммуникации; 3) **мотивационно-прагматический уровень**, проявляющийся в отборе личностью прецедентных имен и прецедентных текстов, предпочтении монологических или диалогических форм коммуникации, ориентации на национально-культурные или инокультурные стереотипы общения и соответствующие языковые средства.

Ироническая грамматика в сетевом жаргоне: средний род*

Л. В. Зубова

Санкт-Петербургский государственный университет

l-zubova@yandex.ru

Категория рода, неология, языковая игра, сетевая коммуникация, стилистика

Summary. In report is discussed the activity of Russian grammatical neologisms of average kind in Web.

В лингвистике давно замечена тенденция к утрате среднего рода в русском языке, особенно явно выраженная в диалектах [1: 65]. Но есть и противоположная тенденция, она проявляется и в литературном языке (продуктивны существительные на *-ство, -ение / -ание, -ие*) и за его пределами (в жаргоне появляется много слов типа *бэбло, кидалово* [2: 116–117]).

Обратим внимание на то, что в сетевом общении людей, склонных к игровому словотворчеству, активно производятся формы типа *сказко, стихо, девицо*, — по аналогии с антиорфографическим клише *йа криведко*. Подобные формы часто используются в заголовках, доминирует словообразовательный тип существительных с суффиксом *-к-*.

Согласуемые члены предложения при таких существительных употребляются во всех трех родах — встречается и семантическое согласование с опорой на род слова в литературном языке: *шляпная вечеринко, лошадко сошла с ума: нещасный ванечко*, и согласование по форме грамматиче-

В соответствии с этими уровнями словарное описание конкретной языковой личности ученого целесообразно представить в трех основных разделах: «Научное содержание концептосферы», «Индивидуальные личностные смыслы», «Прецедентные тексты и имена». Каждый из этих разделов объективирует важную часть структуры (модели) языковой личности ученого.

Первый раздел объективирует содержание **когнитивных структур**, то есть структур, связанных с познанием личности — для ученого это научное познание, являющееся основной формой его деятельности. В данном разделе представлены научные понятия, которые составляют главный познавательный интерес ученого и с которыми связан его вклад в науку.

Второй раздел эксплицирует **концептуальные структуры**, или наиболее значимые для мыслительной деятельности личности устойчивые, базовые смыслы, определяемые принятой ею системой ценностей. Данные концепты не только мыслятся, но и переживаются. Совокупность этих смыслов формируется всем разнообразием деятельности человека на протяжении его жизни. Это отражение внутренней работы самосознания личности.

Третий раздел репрезентирует **мотивационно-прагматический компонент** структуры языковой личности ученого. В нем представлены прецедентные тексты и прецедентные имена, воспроизведенные личностью в текстах. Выбор имени в качестве объекта познания или обращения к нему как средству аргументации, использование тех или иных значимых для культуры текстов ярко характеризует анализируемую языковую личность, поскольку этот выбор всегда осознан.

Реконструкция модельной языковой личности российского ученого и ее поуровневое описание является первым опытом концептуального исследования профессиональной личности по данным языка и способствует формированию научных представлений о языковой личности рефлексивного типа, позволяя выявить соотношение этнокультурного, социально-группового, индивидуального аспектов содержания личности и подойти к пониманию процессов ее динамики и эволюции.

Литература

1. Голованова Е. И. Лексикографическое описание языковой личности ученого как лингвистическая проблема // Проблемы истории, филологии, культуры. Научный журнал РАН. Вып. 2 (24). М.; Магнитогорск; Новосибирск, 2009. С. 423–428.
2. Голованова Е. И. Модель языковой личности ученого // Язык и мышление: психологические и лингвистические аспекты: материалы IX Междунар. науч. конф. М.; Ульяновск, 2009. С. 70–72.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта «Грамматика в современной поэзии» РГНФ № 08–04–00214а.

де внесистемных реликтов (ср. слова типа *детя, робя, ягня*, современные *дитя, дитё, дитятко*). Эта же закономерность прослеживается на примерах других словообразовательных моделей с экспрессивными суффиксами: *а что, подумал я, парнишко не вовсе неправ; котиче такое... ошарашенное слегка; когда добираюсь до зеркала на даче, то узнать не могу — такое бабище!*

Своеобразной реставрацией былой принадлежности слов к среднему роду являются слова *мочалко, коленко*.

Употребление форм среднего рода, произведенных от нормативных существительных женского рода, совпадает с древней звательной формой в конструкциях обращения: *вперед, лошадко! Рыбка, ты хде?*

Стихия игровой неологии, связанной с активизацией среднего рода, затрагивает, пока редко, и формообразование прилагательных, например, в подписи к фотографии маленькой девочки, остриженной наголо, в короне: *Лысайо прыцессо*. Возможно, антиорфографические написания *типа нравичцо, радуетсо*, которые появились в сетевом жаргоне раньше, чем распространилась мода на средний род, в контексте этой моды могут быть восприняты как глаголы настоящего времени в среднем роде, что, конечно, грамматически асистемно, но вполне экспериментально.

При употреблении новообразований среднего рода заметна тенденция к фразеологизации высказываний (надписей, подписей), структурно производных от исходного клише *йа креевдо*: существует немало надписей на футболках, кружках, и других предметах с местоимением *я (йа)*: например, табличка на автомобиле *йа блондинко*, надпись на бутылке *йа водко*, слова на десятирублевой купюре *йа дисядко*.

Таким образом, игровой язык сетевого общения, начавшийся с антиорфографических забав, существенно затрагивает грамматику и фразеологию. Элементы этого языка, выходя за рамки интернета, попадают в устную и художественную речь.

Мода на средний род заслуживает серьезного внимания: разнообразные психологические и социальные причины этого явления могут много сказать о самоощущении современного человека и о его картине мира.

Этот «язык для своих» возник и пока преобладает не в низших социальных слоях, а в среде грамотных людей из творческой интеллигенции. Можно предположить, что в грамматической забаве, активизирующей средний род, осуществляется потребность человека снизить пафос высказывания, интимизировать речь.

Многоязычные тексты в современной русской специальной коммуникации

Л. Ю. Иванов

Институт русского языка им. В. В. Виноградова Российской академии наук (Москва)

liyanov@yandex.ru

Русский язык, специальная коммуникация, многоязычные тексты

Summary. Multilingual texts are getting more and more typical for Russian specialized communication. The report outlines different aspects of their analysis.

1. В специализированном общении мы все чаще сталкиваемся с текстами и документами, в которых наряду с русской частью присутствует идентичная, или отличающаяся по содержанию часть на другом языке. Складывается впечатление, что в ряде сфер общения русско-иноязычные, или многоязычные тексты (МТ) начинают теснить тексты, написанные только на русском языке.

2. Само явление МТ не ново. Достаточно вспомнить розеттский камень 196 г. до н. э. с тремя способами записи на двух языках: на египетском — иероглифами и демотическим письмом, и на древнегреческом.

3. В современном мире с победой глобализации, усилением влияния транснациональных организаций и углубляющейся международной интеграцией российской экономики МТ играют все более важную роль. Соответственно, исследование МТ приобретает высокую актуальность. Существует насущная необходимость описания последствий распространения МТ в специальной коммуникации для современного русского языка.

Когда автор говорит о своем произведении *стихо* или *картинко*, он самоиронией защищается от чужого строгого отношения к произведению. Когда автору говорят: *это пре-красное стихо*, ему дают понять, что одобрение исходит из неофициальной среды, когда то же слово *стихо* включается в порицающий контекст, неодобрение смягчается игровой формой. Клише типа *йа креевдо, йа блондинко, йа лошадко*, возможно, обусловлены аксиологически: подразумевается, что любой человек со всеми его недостатками имеет право быть самим собой и быть принятым в обществе. В грамматической трансформации именовании, указывающих на пол человека (*мужично, любовничцо*), очевиден потенциал грамматического способа оценки — указание на неполное соответствие человека его гендерной роли.

Конечно, это только некоторые из возможных интерпретаций. Представляется особенно важным, что грамматические неологизмы среднего рода потенциально энтантиосемичны как модальные и оценочные единицы языка. А это значит, что принципиально значима сама неопределенность их модальности и оценочности, говорение «как бы в шутку» (в сеги неологизмы среднего рода очень часто сопровождаются смайликами). Может быть, именно поэтому игра в средний род так затянулась, что она имеет психотерапевтический характер и смысл.

Наблюдаемые факты интересны и как проявление динамики в нелинейной эволюции языка. Если тенденцию к вытеснению среднего рода из русской грамматики признать реальностью, то следует заметить, что на периферии языка вытесняемые грамматические формы получают новую функцию — стилистическую — с перспективой семантической дифференциации нейтрального варианта и стилистически маркированного.

Стилистическая функция категории рода в целом обусловлена тем, что эта классификационная категория, лишь частично мотивированная и непоследовательно структурированная, является потенциально формообразовательной.

Поскольку все языковые изменения начинаются именно на периферии языка, можно предположить, что у среднего рода есть будущее не только в пределах фиксированной современной нормы, но и в грамматической динамике.

Литература

1. *Обнорский С. П.* Именное склонение в современном русском языке. Вып. 1. Л., 1927.
2. *Радбиль Т. Е.* Грамматические инновации в современной русской речи как «точки роста новых явлений» // Активные процессы в современной грамматике. М.: Ярославль, 2008.

4. Определение МТ кажется простым: это текст, написанный минимум на двух языках. Однако здесь, как и в случае со многими лингвистическими объектами, возникают трудности отграничения от смежных явлений. В связи с этим целесообразно относить к МТ только тексты, в которых многоязычный характер целого сообщения или его законченной части является неотъемлемым компонентом коммуникативной интенции авторов. Таким образом, предлагается многочисленные специальные и неспециальные тексты, которые содержат слова с комбинированным кириллическо-латинским написанием (*Шеф-повар соседнего с ИРЯ РАН ресторана «Ваниль» Камель Бенамар представил гостям свою новую коллекцию блюд*), или мелкие вкрапления в виде иноязычных слов и словосочетаний (*Компания Hyperion ... объявила, что Hyperion Essbase OLAP Server 6 получил самую высокую оценку среди программных продуктов своего класса*) к МТ не относить. Пограничным остается случай с иноязычными цитатами в виде законченных фраз. Если это изредка встречающиеся, напр., в тексте монографии или

статьи короткие выражения (*Цезарь... стремительно, как бы по вдохновению свыше, перешел через Рубикон, добавив: **Alea jacta est***), текст кажется целесообразным считать одноязычным. Если же иноязычных цитат множество, и они имеют большую длину, такой текст скорее можно отнести к МТ.

5. Среди релевантных аспектов исследования современных русско-иноязычных МТ можно перечислить следующие:

- рецепция МТ адресатами специальной коммуникации,
- типология МТ и сфер специальной коммуникации, в которых они функционируют, сравнение функционирования МТ в специальной и неспециальной коммуникации,
- грамматические и лексические аспекты межъязыкового влияния, «проникновения» одного языка в часть МТ на другом языке,
- МТ и транслитерация,
- МТ с точки зрения прикладных дисциплин, прежде всего, юрлингвистики, технолингвистики и прикладной лингвистики.

6. Рецептивные аспекты МТ. Здесь можно различать восприятие адресата, с одной стороны обладающего, а с другой — не обладающего достаточной коммуникативной компетенцией во втором языке. Так, если отлично владеющий английским читатель, желая изучить главу о настройке каналов в многоязычной инструкции к своему новому телевизору, вместо русской откроет английскую страницу на эту тему, он, скорее всего, не станет листать дальше, а начнет читать там, где открыл, чтобы поскорее получить нужную ему информацию.

7. С точки зрения типологии основной задачей может считаться выявление всех типов текста и сфер специальной коммуникации, которые допускают многоязычие. В специальной коммуникации к таким текстам относятся: «двухстолбцовые» договоры, инструкции по эксплуатации, технические спецификации, нормы и прочая техническая документация, надписи на продуктах питания, листовки-вкладыши к медицинским препаратам, составные МТ (напр., многоязычные сборники научных публикаций) и т. д. Особые подгруппы составляют многоязычные словари, справочники, и энциклопедии, в том числе, представленные в форме многоязычных гипертекстов в Интернете (напр., *Википедия*), а также параллельные тексты, используемые для обучения иностранным языкам.

8. Влияние языка на иноязычную часть одного МТ, как правило, является асимметричным. Так, в русско-английском МТ русская часть нередко в большей степени испытывает воздействие английского языка, в частности, включает больше английских слов, чем наоборот.

9. Юрлингвистику в связи с МТ может интересовать, прежде всего, толкование многоязычных документов, в частности, вопросы приоритетности той или иной языковой части, особенно в случаях, когда такая приоритетность эксплицитно не определена.

Технолингвистику и прикладную лингвистику интересуют аспекты компьютерной обработки МТ, создание и управление банками параллельных текстов, индексация МТ для целей лингвистического исследования, управление системами переводческой памяти в системах перевода с автоматизированной поддержкой, автоматизация многоязычного аннотирования и реферирования, создание очень больших банков текстовых данных для полностью автоматического перевода и др.

10. МТ и транслитерация. В электронных средствах коммуникации, и не только в них, для передачи русских текстов нередко используется латиница. Необходимо различать, по меньшей мере, два случая: с одной стороны — использование систем транслитерации кириллицы (впрочем, существует не одна, а множество таких систем — ISO-нормы в их разных редакциях, системы газетной, академической транслитерации и т. п.), с другой — транслитерацию «по наитию». В качестве исследовательского объекта, последняя, пожалуй, более интересна. В процессе транслитерации взаимное влияние языков (и асимметрия такого влияния) проявляется особенно четко. Так, если два англо-русских переводчика пользуются SMS для обмена информацией, и их мобильные телефоны «не умеют» читать кириллицу, они скорее напишут друг другу *file otpravlen*, чем *fajl otpravlen*, что было бы верно с точки зрения классических принципов транслитерации.

11. Нормативные оценки и рекомендации. Широкое распространение МТ скорее плохо, чем хорошо для русского языка, прежде всего, по причине упрощения той разновидности языка, на которой пишутся специальные МТ (ср.: вместо обычного English — Simplified Technical English, следующим шагом будет, похоже, Simplified Technical Russian). Под влиянием широко распространения МТ усиливается и без того массовое проникновение иноязычных заимствований в русский язык. В конечном итоге, многоязыковая широта подменяет глубину владения родным языком. Бесспорно, однако, что с распространением МТ сейчас ничего поделать нельзя. Рекомендация, которая может быть дана в этой связи: опираясь на возможности современных компьютерных систем, поддерживать сложность МТ достаточной для того, чтобы препятствовать ускоренному нарастанию энтропии (т. е. тенденций к примитивизации) языка и языкового сознания носителей русского языка.

Изучение языковой личности диалектоносителя в Томской лингвистической школе: итоги и перспективы*

Е. В. Иванцова

Томский государственный университет

ekivancova@yandex.ru

Языковая личность, русские говоры Сибири, Томская лингвистическая школа

Summary. The achievements of the Tomsk linguistic school in the research of a dialect language personality of a Siberian old resident have been characterized.

Языковая личность (ЯЛ) — человек, владеющий и пользующийся языком, а через его посредство владеющий и пользующийся достижениями культуры общества, в последнее время находится в центре внимания лингвистов в связи с интенсивным утверждением в лингвистике антропоцентрической парадигмы. Вместе с тем исследование данного феномена пока зачастую продолжает оставаться в сфере абстрактного подхода к говорящему субъекту. В большинстве случаев анализируется либо homo loguens вообще, либо так называемая «коллективная ЯЛ» в рамках отдельных типов: ребенок, подросток, интеллигент, житель деревни и т. п. Нередко в качестве аналога реальной личности выступает ее модель, создаваемая на основе дискурса персонжей художественного произведения. Думается, что наряду с этим подходом должен развиваться (и, вероятно, утвердаться в качестве основного) противоположный путь

анализа — «от частного к общему», в центр внимания ставящий конкретных носителей языка.

Учеными Томской лингвистической школы в течение трех последних десятилетий исследуется феномен диалектной ЯЛ. Признание ЯЛ носителя диалекта первоосновой национальной ЯЛ определяет значимость выявления ее существенных черт.

К основным итогам работы на сегодняшний день можно отнести следующие.

1. В процессе решения поставленной проблемы были выработаны методологические установки исследования, предполагающие принципиальную ориентацию на изучение реальной ЯЛ, сбор материала методом включения в языковое существование говорящего, формирование системы источников как базы для анализа, комплексный подход в описании исследуемого объекта.

* Работа выполнена при поддержке гранта РГНФ № 08-04-64403 а / Т.

2. Наряду с продолжающимся с 40-х гг. XX в. изучением русских старожильческих говоров Сибири в среднеобском регионе, диалектологами в течение 24 лет (57 экспедиционных выездов за 1981–2004 гг.) велось наблюдение над личностью и речью одного информанта — Веры Прокофьевны Вершининой, 1909 г. рождения, русской, малограмотной, коренной жительницы старожильческого с. Вершинино Томской обл. методом включения в языковое существование говорящего. Полученные в результате обработки магнитофонных записей материалы (в дешифрованном виде 10000 стр.) представляют речь индивида в разных жанрах и формах (монолог, диалог, полилог), с различными собеседниками, среди которых были и носители литературного языка, и диалектоносители. Систематичность сбора материала позволила отразить разнообразие тем и коммуникативных ситуаций, в которых происходило общение с ЯЛ — исторических (периоды «застоя», «перестройки» и последующих общественных преобразований), сезонных (зима, весна, лето, осень), событийных (от событий государственного масштаба до сугубо интимных). Собранный корпус текстов является, насколько нам известно, самым значительным как по длительности наблюдения, так и по объему фиксации дискурса одной конкретной личности. Часть записей (около 200 часов) отражена в фонотеке.

3. Осуществляется лексикографическое представление идиолекта ЯЛ в системе словарей. На основе текстов и созданной картотеки (свыше 100000 карточек) составлен «Полный словарь диалектной языковой личности» в 4 томах (объемом около 140 а. л.). Словарь является по характеру сбора материала недифференциальным, по способу его подачи — толковым, включает все зафиксированные в речи диалектоносителя лексические и фразеологические единицы, отражает их семантику, особенности функционирования, использование слов в составе сравнений, метафор, пословиц и поговорок, дает представление о грамматических и отчасти фонетических особенностях речи информанта, позволяя впервые исследовать в относительно полном объеме идиолект носителя народно-речевой культуры на рубеже XX–XXI вв. Три тома словаря опубликованы [1], четвертый готовится к печати. Издан также один из аспектных словарей изучаемой ЯЛ — «Идиолектный словарь сравнений сибирского старожилка».

4. На базе текстовых и словарных источников ведется многоаспектное, комплексное описание феномена диалектной ЯЛ. В работах томских диалектологов (свыше 100 публикаций) анализировались количественные характеристики

лексикона и наполнение его основных типологических классов (активный и пассивный словарный запас, экспрессивные элементы и др.), системные связи единиц индивидуального словаря (мотивационные, вариантные, синонимические, антонимические). Изучались особенности строения текста, жанровая система диалектоносителя и круг основных выразительных средств дискурса (сравнение, метафора, прецедентные тексты и др.). Выявлена специфика его метаязыкового сознания. Осуществляется реконструкция языковой картины мира представителя архаической культуры, в том числе через анализ концептов (см. обзор [2]).

Полученные выводы дают основания для дополнения, расширения, а иногда и пересмотра многих традиционно бытующих в лингвистике представлений: об объеме лексикона рядового носителя языка (у информанта он составляет около 30000 лексико-фразеологических единиц в отдельно взятых значениях), его устройстве (вопреки распространенному мнению том, что для большинства слов в языке характерна полисемия, 79% их в идиолексиконе оказались однозначными), о неспособности представителей нелитературных типов речевой культуры к текстовой организации речи, о неиндивидуализированности грамматических особенностей идиолекта и мн. др.

5. Практика исследования реального носителя языка послужила мощным стимулом для развития теории лингвоперсоналогии: разработки терминосферы этой новой области научного знания, осмысления методологии, источниковой базы, типологии ЯЛ и др. Решение поставленной проблемы осуществлялось в тесной связи научных изысканий и учебного процесса (чтение спецкурсов, научно-исследовательская работа студентов, диалектологическая практика, создание учебных пособий по теории ЯЛ).

6. Перспективы проекта связаны с несколькими областями: а) завершением базового «Полного словаря...» и созданием серии аспектных словарей, дополняющих его данные: частотного, имен собственных, идеографического, словаря пословиц и поговорок; б) выявлением их информативных возможностей; в) дальнейшим изучением лексико-фразеологической системы ЯЛ; г) целостным описанием ее концептосферы; д) анализом грамматикона индивида; е) развитием сопоставительного аспекта исследований.

Литература

1. Полный словарь диалектной языковой личности. Т. 1–3. Томск, 2006–2009.
2. Томская диалектологическая школа: Историографический очерк. Томск, 2006. С. 152–164.

Жалоба как коммуникативный блок

Ю. Р. Идиатуллина

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

juliko@inbox.ru

Коммуникативный уровень, конструкция, семантический инвариант средств, алгоритм развертывания, коммуникативный блок, жалоба

Summary. The report is devoted to the description of the communicative means of the block of complaint.

Одной из фундаментальных оппозиций языка является противопоставление двух его систем: номинативного и коммуникативного уровней, каждый из которых обладает своей семантикой. Номинативный уровень содержит информацию о действительности, преломленную в языковом сознании говорящего. Коммуникативный уровень связан с позицией говорящего, слушающего и с осознаваемой и оцениваемой ими ситуацией.

Система средств коммуникативного уровня, неразрывно связанная с системой его значений, организуется понятиями целеустановки, вариативного ряда структур, ее выражающих; инвариантными семантическими параметрами средств, эти конструкции формируемыми, и законами их реализации (алгоритм развертывания). При анализе той или иной целеустановки используются понятия и термины, метод анализа, а также инварианты средств, предложенные в работах М. Г. Бязевой.

Коммуникативный блок представляет собой взаимообусловленные коммуникативные целеустановки и репрезентирующие их языковые конструкции, реализующиеся в конкретных высказываниях речи.

Большинство работ, рассматривающих наш объект, посвящены **описанию** жалобы, мы остановимся на **выражении** жалобы.

Жалоба — это коммуникативный блок, состоящий из конструкций, отражающих воздействие небенефактивной ситуации на говорящего, а также структур воздействия говорящего на слушающего с целью получить ответную реакцию.

При анализе данного блока было необходимо:

- решить проблемы соотношения номинативного и коммуникативного выражения жалобы (номинативное содержание всегда несвободно: это рассказ о небенефактивном развитии ситуации для говорящего);
- выявить характерные коммуникативные средства и структуры, формирующие коммуникативный блок жалобы;
- определить типичные тактики, используемые для достижения коммуникативной цели говорящего и слушающего;
- рассмотреть реакции собеседника (как жалующегося, так и воспринимающей стороны).

Основой является диалог как наиболее естественная форма существования коммуникативного блока жалобы.

Можно выделить следующие основные типы коммуникативного блока жалобы:

- Жалоба с наличием реакции слушающего.
- Жалоба с отсутствием реакции слушающего.
- Жалоба во взаимодействии с другими целеустановками, как то: возмущение, удивление, отчасти с просьбой и т. д.).

Двумя важнейшими группами структур, формирующими коммуникативный блок жалобы, являются конструкции со средствами: а) отражающими воздействие ситуации на говорящего, и б) средствами воздействия на собеседника. Останемся на них более подробно.

1. Средства воздействия ситуации на говорящего. В них входят:

- ряд фонетических (убыстрение / замедление темпа речи) и суперсегментных средств (особо отметим использование **ИК-2**, противопоставляющая данный вариант развития ситуации другим);
- постоянное подчеркивание «должное не имеет место» (**же**) и «недолжное имеет место» (**это**);
- **да** с инвариантным параметром неадекватности, несоответствия развития ситуации позиции говорящего; **ну**, связанное с параметром ожидаемого при реализации несоответствия развития ситуации ожидаемому говорящим (инвариантные параметры **ну** могут взаимодействовать с инвариантными параметрами **да**);
- **так**, выражающее несоответствие развития ситуации представлениям говорящего относительно предполагаемой нормы, следствием чего необходима адекватная реакция собеседника;
- **просто**, маркирующее вариант качественной характеристики и ее оценки на фоне других возможных вариантов; **прямо**, связанное с нарушением прецедентной нормы развития ситуации; **тут** с параметром затронутости обстоятельствами личной сферы говорящего;
- междометие **эх**, говорящее о нереализованности желаемого из-за обстоятельств, этому препятствующих, и междометие **ой**, маркирующее неготовность говорящего к такому развитию ситуации, которое имеет место в настоящее время;

- препозитивное **и**, связанное с параметром несоответствия предполагаемому развитию ситуации;
- 2. Средства воздействия на собеседника. Они включают:
 - препозитивные **сколько** и **как**, которые маркируют, что слушающий не представляет качественный или количественный вариант развития ситуации;
 - **вот**, подчеркивающее осознание говорящим реализованности небенефактивной ситуации для говорящего + параметр цели в данном случае получить соответствующее своему состоянию эмоциональное сочувствие;
 - **да**, связанное с параметром адекватности позиции слушающего с точки зрения говорящего;
 - **ИК-6** с инвариантным коммуникативным параметром привлечения внимания к названной, эксплицированной или неназванной, неэксплицированной, закадровой информации. При этом данная информация известна говорящему, но не известна слушающему, чье внимание привлекается;
 - **ИК-3**, используемая для актуализации позиции слушающего, ориентируемого говорящим на учет его позиции;
 - фонетические регистры (верхний или нижний — в зависимости от ситуации и эмоционального состояния говорящего);
 - ряд фонетических приемов (произнесение некоторых слов с придыханием для интимизации разговора, для сближения позиций говорящего и слушающего).

Таким же образом анализируются средства, участвующие и в формировании успокаивания.

Отметим, что рассказ о небенефактивном развитии ситуации, использующий только номинативные средства, жалобой не является (пример из к / ф «Ноттинг Хилл»), что еще раз подчеркивает роль средств коммуникативного уровня в формировании данного блока.

Литература

1. Безяева М. Г. Семантика коммуникативного уровня звучащего языка (волеизъявление и выражение желания говорящего в русском языке). М., 2002.

Континуальность / дискретность художественной концептуализации как процесса и его результата

Л. А. Исаева, С. Г. Дрыга

Кубанский государственный университет (Красноар)

moderus@phil.kubsu.ru

Континуальность, дискретность, текст, художественный текст, концептуализация, картина мира

Summary. The report deals with various studying aspects of continuity / discontinuity of a text; basic dichotomies within various approaches to text analysis have been set; one of the specific examples of continuity / discontinuity — procedure and effectiveness of fictional conceptualisation — is being analyzed.

При рассмотрении самых разных по своим характеристикам структур лингвистического знания необходимо учитывать органическое слияние континуальности (непрерывности, неисчислимости) реальных образований и процессов и дискретности (прерывистости, исчислимости) конкретных этапов, типов и результатов. Любой текст представляет собой континуум, а любые действия исследователя, призванные определить его семантический объем, связаны с дискретированием, попытками разложить, расчленив континуальную целостность текста различными дискретными средствами на определенные составляющие, выделяемые по тем или иным основаниям (подробнее см. [1]).

Так, при изучении текста в описанном аспекте в направлениях: 1) внутрисистемном, 2) от текста к обстановке, 3) от текста к автору, 4) от текста к читателю — можно выделить следующие дихотомии: 1) континуальность текстового образования — дискретность его языкового представления; 2) континуальность подтекста — дискретность средств его представления; 3) континуальность авторского замысла — дискретность его воплощения; 4) континуальность понимания текста — дискретность процесса его интерпретации. Кроме того, внутри каждой из заявленных дихотомий находят выражение и более частные соответствия: 1-а) континуальность исследуемого текстового пространства — дискретность выделяемых структурных элементов (абзацы, главы, СФЕ, ССЦ и т. д.); 1-б) континуальность свойств (призна-

ков) текста — дискретность текстовых категорий (связность, цельность, модальность, пространство, время и т. д.); 1-в) континуальность каждой категории — дискретность средств ее представления; 2-а) континуальность объективной содержательной основы текста — дискретность ее представления (как элементов сюжетной структуры, образов героев, событий и т. д.); 2-б) континуальность «событийного подтекста», зашифрованного в тексте, — дискретность разноуровневых средств его представления; 2-в) континуальность национально-культурной картины мира — дискретность ее воплощения в национально-культурных концептах; 2-г) континуальность национально-культурной концептосферы — дискретность ее моделирования (ядро и периферия); 3-а) континуальность авторского намерения — дискретность его воплощения; 3-б) континуальность индивидуально-авторской языковой личности — дискретность ее проявления; 3-в) континуальность индивидуально-авторской картины мира — дискретность ее отражения в индивидуально-авторских концептах; 3-г) континуальность индивидуально-авторской концептосферы — дискретность ее моделирования (ядро и периферия); 4-а) континуальность процесса восприятия — дискретность любой читательской интерпретации; 4-б) континуальность «читательского сообщества» — дискретность выделения «типов читателя»; 4-в) континуальность «образа читателя» в тексте — дискретность средств его представления и др.

В художественном тексте как в сложном и многомерном континуальном образовании структурируются знания, отражаются единицы общечеловеческого и авторского опыта в их идеальном содержательном представлении, образуются, формируются и реализуются концепты. В лингвистике для обозначения подобного рода явления используется термин «концептуализация». Концептуализация рассматривается нами как континуальный процесс освоения знаний о реалиях действительности в сознании индивида, коллектива и вместе с тем как дискретизированный результат этого процесса, выражающийся в приобретении определенными понятиями и равноуровневыми языковыми единицами, номинирующими эти понятия, регулярных или разовых (ситуативных) приращенных значений. Причем эти понятия могут относиться к числу базовых или периферийных в языковой картине мира.

Художественная концептуализация — процесс, изучение которого возможно как в направлении от текста к обстановке, так и в направлениях от текста к автору и от текста к Художественная КМ^Ч

читателю. Изучение особенностей концептуализации в художественном тексте предполагает обращение к понятию «картины мира» (КМ). Художественная картина мира является синтезом общеязыковых и индивидуально-авторских языковых особенностей мировидения. Общеязыковая КМ соотносится с вектором изучения от текста к обстановке и включает религиозную КМ и бытовую КМ (в совокупности — национально-культурная КМ), а также научную КМ. Индивидуально-авторская КМ коррелирует с направлением от текста к автору и складывается из субъективных (личностных) и эстетических (предпочтения в искусстве определенной эпохи) составляющих КМ. При изучении текстового образования в направлении «от текста к читателю» происходит трансформация континуальной авторской (идеальной) художественной картины мира и превращение ее на базе читательского опыта в художественную картину мира воспринимающего субъекта (на схеме обозначенную КМ^Ч). Континуальный объем художественной картины мира можно условно дискретно представить в виде схемы.



Концептуализация как результат действия одноименного процесса проявляется в появлении а) у базовых понятий языковой картины мира социума устойчивых национально-культурных приращений; б) у базовых понятий индивидуальной языковой картины мира (которые могут быть как базовыми, так и периферийными в картине мира социума) значимых для конкретной языковой личности приращений;

в) у разноуровневых и разностилевых единиц конкретного языка концептуализированных приращенных значений.

Литература

- Исаева Л. А., Дрыга С. Г. Континуальность и дискретность художественной концептуализации // Континуальность и дискретность в языке и речи: Материалы II Междунар. науч. конф. Краснодар, 2009. С. 16–18.

Усвоение ребенком грамматики родного языка и коммуникативное поведение взрослого*

В. В. Казаковская

Институт лингвистических исследований РАН (Санкт-Петербург)

victory805@mail.ru

Онтогенез грамматической системы, правильные / ошибочные (неполные) высказывания ребенка, глагольная и именная морфология, реплики-реакции взрослого (структурные разновидности и прагматические функции)

Summary. The report addresses the impact of the adult's speech on the child's language development. Specific features of the impact produced by adults' communicative behavior on acquisition of the native language grammar by the child are under analysis. Investigation focuses on structural and pragmatic types of phrases of the adult who responds the utterances with verbal and / or nominal forms, which appear to be incorrect from the viewpoint of morphology. Correlation between the adult's phrases and the child's mistakes is revealed. In this connection attention is given to acquisition of nominal and verbal morphology. Results of the analysis are compared with the data produced by the investigation of communicative behavior of the adults whose native language is German, French or Lithuanian.

1. Общаясь с ребенком, взрослый (*caretaker*) не только поддерживает диалог, но и интуитивно стремится научить ребенка родному языку. В этом убеждает анализ прагматических функций, выполняемых репликами-реакциями со стороны взрослого на речевую продукцию ребенка. Речь идет о метадискурсивных (*metadiscursive*) и конверсациональных (*conversational*) типах реакции взрослого в ответ на морфологически правильные / ошибочные (неполные) высказывания ребенка. В каждом из структурных типов реплик-реакций (например, в (1) повторе, (2 а, б) вопросе, (3) расширении, (4) реформуляции, (5) собственно исправлении) возможны разновидности имплицитной или эксплицитной реакции детской ошибки взрослым:

- (1) 2;8¹ VAN: Xa, snjalas' = snjajsja*² golova = gajava.
 BAB: Snjalas'. Golova snjalas'.
- (2a) 2;1 VAN: OS³ mamoj = mamij.
 MAM: S mamoj?
 VAN: Da.
- (2б) 2;1 VAN: Rel'sy = el's*³ tozhe = dozja.
 MAM: Chto takoe dozja?
- (3) 2;0 VAN: Djadja.

- MAM: Djadju narisoval.
 (4) 2;0 VAN: Jagoda = gaga.
 MAM: Kak jagodka, da.
 (5) 2;8 VAN: Ii, op, snjalsja* golova = gajava.
 BAB: Ne «snjalsja», a snjalas'.

Примечания:

- ¹ Возраст ребенка — два года и восемь месяцев.
- ² Здесь и далее астериск обозначает ошибку ребенка.
- ³ Сочетание с 0 (ноль) означает отсутствие данного слова в реплике ребенка.

В основе выделения (а) метадискурсивных и (б) конверсациональных реплик лежит дифференциация реакций взрослого на (а) формальную сторону детского высказывания и на (б) сторону содержательную [2]:

- (а) 2;4 VAN: Volk = vok napugat' = apagat'*.
 %com: Volk napugal ili isugal myshonka.
 BAB: Chto volk?
- (б) 2;2 VAN: Zelenyj = izjoni daj = dam.
 %com: Zdes' «dam» v znachenii «polozhit'» (kryshu).
 BAB: O, kakaja krysha!

* Данное исследование поддержано Фондом Президента РФ (грант НШ-1335.2008.6 «Петербургская школа функциональной грамматики»).

Основной функцией конверсациональных реакций является развитие темы диалога и поддержание ребенка как партнера в диалоге. Корректирующая направленность реплики взрослого в данном случае вторична. В свою очередь, метадискурсивные реплики сигнализируют о возникновении проблемы, причиной которой может являться как грамматическая ошибка ребенка, так и несовершенная форма произнесенного (ребенком) либо непонятное слово (например, инновация). С помощью метадискурсивной реплики-реакции взрослый останавливает диалог, чтобы исправить ошибку или разъяснить ситуацию. Тем самым метадискурсивные и конверсациональные реплики взрослого интерпретируются как позитивные / негативные свидетельства (*negative evidence*) взрослого, способствующие становлению различных компонентов коммуникативной компетенции ребенка (подробнее о становлении коммуникативной компетенции ребенка в диалоге с взрослым см. [1]) — системно-языкового и собственно коммуникативного (диалогического).

2. Материалом для проведенного исследования является корпус закодированных в формате CHILDES данных речевого взаимодействия родителей и ребенка третьего года жизни (Вани Я.). Объем изученного материала составляет около восьми с половиной тысяч диалогических единств, включающих правильную / ошибочную (неполную) реплику ребенка, содержащую глагол и / или имя, а также следующую за ней реплику взрослого.

3. Анализ показывает, что в спонтанном диалоге «взрослый — ребенок» реакции партнеров направлены главным образом на содержательный аспект предыдущей реплики — независимо от возраста и уровня коммуникативной компетенции ребенка. Так, детские морфологически правильные высказывания с глаголом подвергались конверсациональным реакциям взрослого в 65% случаев и реакциям метадискурсивным — в 25%, грамматически ошибочные — соответственно, в 58% и 28% случаев. Процент игнорируемых взрослым реплик ребенка в обоих случаях одинаково невелик (10–14%). Отсутствие реакции со стороны взрослого связано со степенью его толерантности («чувствительности») по отношению к ошибке.

4. Полученные на материале русского языка результаты сопоставимы с данными французского, немецкого и литовского языков (имеющимися в кросс-лингвистическом проекте «Pre- and Protomorphology in Language Acquisition», рук. — W. Dressler). При общем доминировании конверсациональных реакций во всех языках метадискурсивные реакции на ошибочные высказывания ребенка превышают метареакции на его правильные высказывания, хотя на материале русского корпуса эта разница является не столь существенной. Тем не менее, есть основания полагать, что взрослые по-разному реагируют на ошибочные и правильные высказывания ребенка. Следовательно, распределение

прагматических типов реакций взрослого зависит от того, к чему они относятся — к правильной или ошибочной / неполной продукции ребенка.

5. Сравнительный анализ обнаружил, что реакции взрослого одинаково часто направлены на форму ошибочного высказывания во всех четырех упомянутых выше языках (28–35%), однако внутреннее распределение типов реакций значительно различается. Предпочтения в тактике реагирования русскоязычного взрослого сопоставимы с результатами, полученными на материале литовского языка. В обоих случаях наиболее типичной формой реакции взрослого является вопросительная реплика (56–70,5%), в отличие от немецкого и французского языков, в которых 90% реакций представлено повторами, реформуляциями и расширениями. Прямая эксплицитная коррекция во всех корпусах используется редко.

6. Взрослый реагирует неодинаково на ошибки разных типов. Характер взаимосвязи между типом реакции взрослого и типом детской ошибки свидетельствует о том, что взрослый склонен чаще исправлять и реформулировать грамматические ошибки, в отличие от ошибок фонетических или лексических. В свою очередь, в сфере грамматических не-правильностей взрослый более «чувствителен» к ошибкам формообразовательного характера. Реакции взрослого в ответ на эти ошибки имеют, как правило, метадискурсивный характер, в то время как реакции на ошибки ребенка, сделанные при неконвенциональном употреблении глаголов, являются преимущественно конверсациональными. Между тем до определенного времени взрослый «принимает» функционально-семантическое и прагматическое соответствие детской реплики в ущерб структурно-формальному. В связи с этим для анализа реплик-реакций является существенным такой речеповеденческий параметр, как ожидания взрослого: высокая релевантность этого фактора для русского корпуса данных очевидна.

7. Результаты исследования всех корпусов подтверждают предположение о существовании корреляции между степенью «чувствительности» взрослого к детским ошибкам и скоростью исчезновения последних: быстрее исчезают те ошибки, на которые взрослый реагирует «негативно». Таким образом, коммуникативное поведение взрослого, специфика которого во многом обусловлена структурно-прагматическими особенностями реактивных реплик, влияет на формирование «детской» грамматической системы.

Литература

1. Казаковская В. В. Вопросо-ответные единства в диалоге «взрослый — ребенок». СПб., 2006.
2. Kilani-Schoch M., Balčiūnienė I., Korecky-Kröll K., Laana S., Dressler W. On the role of pragmatics in child-directed speech for the acquisition of verb morphology // Journal of Pragmatics. 2008. Vol. 41 (2).

Грамматическая модальность как лингво-прагматическая особенность аргументирующей речи

И. Ю. Качесова

Алтайский государственный университет (Барнаул)

ikachesova@mail.ru

Грамматическая модальность, лингво-прагматика, аргументация, текст

Summary. The grammatical modality in aspect lingvo-pragmatists is described. Modal transformations of giving reason speech are accepted in the form of a basis of change of a picture of the world.

В последнее время внимание многих исследователей словесности приковано к особенностям строения, функционирования и организации аргументирующей речи. К такого рода вниманию привело расширение области сферы применения филологического знания. В орбиту внимания попадают не только традиционные виды словесности (художественные тексты, виды и формы речи и т. д.), но и новые, обусловленные изменением коммуникативной ситуации, сферы коммуникативной деятельности. К ним относят рекламную коммуникацию, сферу public relations (связи с общественностью), политическую коммуникацию и другие виды убеждающей коммуникации. Особенностью данных сфер коммуникативной деятельности является их несомненная прагматическая ориентированность, в которой результат и спосо-

бы его достижения являются определяющими. Аргументирующая речь имеет свои собственные, лингво-прагматические характеристики. Одной из базовых лингво-прагматических характеристик аргументирующей речи является трансформация грамматической модальности внутри текста. Данное свойство связано со способностью аргументации корректировать картину мира оппонента. Изменение картины мира оппонента в ходе аргументации строится в виде смещения грамматических текстовых модальностей по шкале реального-ирреального наклонения. Модальное движение проходит несколько этапов трансформаций. Первый этап характеризуется формированием аргументативного намерения, появление которого связано с выдвиганием в семантической структуре текста модальностей «я хочу, мне необхо-

димо, я должен говорить то-то». На втором этапе аргументативное намерение корректируется: в картину мира оппонента вводятся компоненты, влияющие на результат его деятельности. В результате, на третьем этапе трансформаций формируется модальность «я должен, я уверен». Сигналом принятия оппонентом новой информации в свою картину мира является появление **реальной** модальности. Таким образом аргументативное намерение преобразуется в аргументативную уверенность.

Изменение текстовой модальности как отражение коррекции картины мира может происходить двумя способами. Во-первых, через добавление в картину мира оппонента новых субъектных черт, способностей и атрибутов. Такой тип коррекции, например, связан с предложением оппоненту некоторой роли, которая определяется как набор нетипичных для него деятельностей, качеств и стилей поведения. Данную роль оппонент ассоциирует, прежде всего с новой социальной позицией. В риторике, например, такой

тип коррекции связан с идеей риторической маски, которая предлагается оппоненту в качестве компонента убеждения. Второй способ коррекции картины мира оппонента связан с введением в его картину мира новых фрагментов, ранее отсутствующих (изменение грамматической модальности с нейтральной на долженствование позволяет субъекту коммуникации почувствовать себя включенным в предлагаемую коммуникативную ситуацию). Например, рекламная аргументация, в ходе которой человеку предлагается принять его способность контролировать обстоятельства, человек преподносится как агент позитивных перемен, даже как создатель новых социальных форм. В этом смысле, в картину мира оппонента встраивается совершенно новый компонент, ранее отсутствующий в ее структуре, — позитивный результат деятельности.

Итак, изменение грамматической модальности в аргументирующей речи является базой достижения прагматического результата.

Языковой пуризм как лингвистическая проблема

Э. А. Китанина

Ростовский государственный экономический университет «РИНХ» (Ростов-на-Дону)

vuce7@yandex.ru

Социоллингвистика, языковой пуризм, иноязычные элементы, концептосфера, двуязычие

Summary. Linguists are different views of modern linguistic situation in Russia.

1. Сущность языкового пуризма

Языковой пуризм долго не рассматривался как лингвистическая проблема, а считался экстралингвистическим фактором языкового развития. Однако с укреплением позиций социоллингвистики «пуризм стал включаться в лингвистическую науку как явление, определяющее использование языковых средств носителями языка, влияющее на процесс нормирования и планирования языка, а также детерминирующее уровень его развития» [3], пуристическая деятельность начинает изучаться как целостный процесс, как сложное, подчас разнонаправленное явление. Объясняя сущность этого явления, Г. О. Винокур [1] прежде всего утверждает, что «пуризм стар, как мир», что «пуристы существовали во все времена, у всех народов». Из этого следует, что историческое содержание пуризма изменчиво, однако сущность его все же остается одинаковой. Наиболее заметен пуризм в период значительных сдвигов в организации языка, когда язык быстро и наглядно реформируется, что, как правило, соответствует и крупным сдвигам социального характера. Пуристическим реформам могут подвергаться языковые явления всех уровней, однако чаще всего пуристическая деятельность направлена на лексику. Именно здесь пуризм ярче всего проявляется как некое настроение: человеку «режут слух» странные (прежде всего — иностранные) слова. «Поскольку слово в самом деле обладает эмоциональной суггестивностью и с известными явлениями языка действительно может сочетаться впечатление чего-либо неприятного или враждебного — например, неприятно действующего на нас психического уклада говорящего, принадлежности его к какой-либо враждебной среде, чуждости его нашей культурной традиции и т. п. — постольку пуризм в этом смысле вещь вполне естественная и, в таком качестве, «законная» [1].

2. Языковой пуризм и иноязычное влияние

Чаще всего языковой пуризм связывается с противодействием иноязычным влияниям. Ср.: «Понятие пуризма включает в себе разные формы культивирования и планирования языка, обладающее общей целью — избавить язык (или удержать его) от иностранных влияний» [3]. В широком же смысле языковой пуризм есть языковая политика, ориентированная на преобразование словарного состояния языка с опорой на определенные представления о приемлемости тех или иных единиц языка. Р. Холл [7] отмечает, что пуризм в своей основе исходит из того, что один вариант языка чище и, следовательно, лучше по сравнению с другим. Г. О. Винокур [1] различает эмоциональный и идеологический пуризм. Против первого, в общем, нечего возразить («представители разных лингвистических вкусов и

культур отстаивают привычные для них речевые навыки и не допускают проникновения в язык таких способов выражения, которые несут на себе печать культурной инородности»). В другой своей работе Г. О. Винокур [2] пишет о том, что эмоциональный, или бессознательный пуризм хочет только того, чтобы правнуки непременно говорили так, как в старые и лучшие годы говаривали прадеды». Идеологический пуризм, как отмечал Винокур Г. О. [1], своей базой имеет «посторонние соображения», часто — политические. То есть имеется в виду, что подоплекой, к примеру, деятельности шишковцев была боязнь прогрессивных идей, связанных с классовой борьбой на Западе. Однако, очевидно, что идеологический пуризм мог «встраиваться» в систему ядерных концептов, например — в учение русского славянофильства. Концепт самобытный является исходным в теории славянофильства, связанным с реализацией архетипической оппозиции «свой / чужой» (русский / западный). Ядерный репрезентант концепта «самобытность» — лексема «самобытный», а среди наиболее значимых признаков концепта выделяются «самостоятельность», «отдельность существования», «независимость от чужого влияния», «оригинальность», своеобразие», «своенародность». В дискурсе славянофильства самостоятельность — это «независимость от чужого влияния». «Создать для своего обихода какое-то электическое русско-западное существование... есть... несбыточная, безрассудная мечта, осуждающая нас на произвольное ничтожество», — писал А. С. Хомяков. Ядерные концепты в концептосфере славянофилов являются оценочными, и эта оценочность носит идеологический характер: противопоставление «русский / западный» коррелирует с оценочными модусами «хорошо / плохо», «положительный / отрицательный». Ситуация, в которой культура развивается как оппозиция идеологических установок, формирует оппозитивную картину мира, противопоставляет важнейшие категориальные сущности. Все «ядерные концепты, соотносимые с идеальными представлениями славянофилов о самобытности России, обладают мелиоративной оценочностью». Вследствие экстралингвистической природы идеологический пуризм ненаучен (основан на ненаучном подходе к нормализации, то есть на субъективном отношении и представлении о чистоте языка в связи с идеологемами о самобытности России). Результаты преобразований под воздействием пуризма, то есть замену или вытеснение заимствований словами родного языка, можно найти практически во всех индоевропейских языках. Так, в немецком языке замены таких французских заимствований, как *perron, coupe, passagire, couvert* и др. (*der Bahnsteig, das Abteil, der Fahrgast, der Umschlag*) вошли в активное употребление и широко используются. В английском *bookroom* вместо *library, maze*

вместо *labyrinth*, предложенные В. Барнзом, распространения не получили [3]. Ср. также попытки создать узко украинизированную научную терминологию вместо «фильтр» — *циділо*, вместо «шків» — *крутень*, вместо «поршень» — *толок* и под.) Современная лингвокультурная ситуация в России дает много оснований для активизации пуристических настроений. Академик О. Н. Трубачев пишет о том, что «здоровое движение души и хороший филологический вкус подсказывают нам без колебаний осудить макаронистику». В общем справедливо говорится и «о нарастании усталости в обществе от экспансии западной культуры» [6].

Сегодня многие лингвисты и общественные деятели выступают против «примитивной ориентации на западные стандарты», называют наше время «гранзитным периодом в обществе», когда иноязычные элементы используются сверх всякой разумной меры. В условиях глобализации современного мира заимствования неизбежны и необходимы. Они не представляют опасности для национальной самобытности

такого богатого языка, как русский, но разумную меру соблюдать здесь тоже полезно.

Литература

1. *Винокур Г. О.* Культура языка. Изд. 2-е. М. 1929.
2. *Винокур Г. О.* Проблема культуры речи // Язык, культура, гуманитарное знание. Научное наследие Г. О. Винокура и современность. М., 1999.
3. *Геерс М. Е.* Языковой пуризм в истории Англии и Гекрмании. Дисс. ... канд. филол. наук. Тверь, 2002.
4. *Жирмунский В. М.* Национальный язык и социальные диалекты. Л., 1936.
5. *Трошина Н. В.* Ядерные языковые концепты в учении русского славянофильства 30–60-х годов XIX века. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Орел, 2004.
6. *Шанский Н. М.* Международная конференция «Журналистика и культура речи» // Русский язык в школе. 2003. № 4.
7. *Hall R. A.* The Italian questione della lingua: an interpretative essay. Chapel Hill, North Caroline, 1942.

Изменение представления о тоске в поэтическом идиолекте М. Цветаевой

А. А. Козакова

Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону)

kozakova@inbox.ru

Концепт, тоска, идиостиль поэта

Summary. *The evolution of the concept of Toska 'yearning' in the poetic idiolect of Marina Tsvetayeva.* The abstract presents a review of stages of the evolution of the concept of *toska* 'yearning' in the poetic idiolect of M. Tsvetayeva. Its most typical feature is transformation of the usual meaning of the lexeme, which acquires positive connotations, and also the antithesis of traditionally closely related concepts of *toska* 'yearning' and *skuka* 'boredom'.

Среди исследований, посвященных описанию значимых для русской культуры концептов, одно из ведущих мест отводится концепту «тоска». Изучением этого концепта занимались А. Вежицкая, Е. Димитрова, В. Колесов, Ю. Степанов, Е. Урысон, А. Шмелёв и мн. др.

А. Вежицкая, говоря о национальных концептах, полагает, что о существовании того или иного концепта свидетельствуют, во-первых, высокочастотность в языке слова, его репрезентирующего; во-вторых, наличие производных слов и идиоматических выражений. Думаем, эти же критерии можно использовать и в отношении к авторскому идиостилю. Так, только в поэтическом идиолекте М. Цветаевой (по данным [4]) зафиксировано около 100 лексем с корнем *-тоск-*. Среди них существительное *тоска* в разных словоформах, в том числе и потенциальной форме мн. ч. р. п. *тоски*; глагол *тосковать* в разных формах; авторское образование *вытосковать*; окказионализм *тоскомер*. Тексты М. Цветаевой демонстрируют смещение значений названных лексем, по сравнению с общеязыковыми. Отметим зависимость такого семантического сдвига от этапа развития поэтического идиолекта (периодизацию и описание особенностей поэтического идиолекта М. Цветаевой на каждом этапе развития см. [3]).

Основным общеязыковым значением существительного *тоска* является значение «сильное душевное томление, душевная тревога в соединении с грустью, унынием и скукой»; выделяются также значения «нудная скука, смешанная с отвращением»; «о том, что причиняет такое состояние». Именно общеязыковые значения сущ. *тоска* в основном реализуются в текстах I периода (1907–1912 гг.). Характерной особенностью данного этапа является активное употребление рассматриваемых лексем, по сравнению с последующими этапами: 25 употреблений сущ. *тоска* и 5 — глаг. *тосковать*, т. е. почти треть от общего количества данных словоформ в поэзии М. Цветаевой (ср. обращение к сущ. *радость*, *счастье* на I этапе творчества М. Цветаевой [1]; [2]). Уже в этот период из общеязыкового восприятия тоски выделяются те параметры, которые позже станут основными для поэта. Во-первых, тоска начинает осознаваться как чувство, постоянно, тайно или явно, живущее в душе человека, иногда вопреки внешним обстоятельствам, например, царящей вокруг радости. Во-вторых, в противоположность одному из словарных значений, сближающему чувства скуки и тоски, М. Цветаева раз и навсегда противопоставила эти два чувства, очень заметно расставив акценты: тоска — постоянное и главное чувство человека, на нее способны

только личности. Скука — позор для личности, поэтому с ней надо всячески бороться, в том числе и при помощи тоски.

Второй этап (1913–1916 гг.) демонстрирует резкое снижение количества анализируемых лексем: 7 раз употреблено сущ. *тоска* и 1 — глаг. *тосковать* (в форме *тоскующий*). В это время поэт развивает значение корня *тоск-* в обозначенном ранее направлении: во-первых, тоска стойко ассоциируется с полноценной жизнью. В условиях цветаевского контекста эти понятия уравниваются. Но в понятие жизни на данном этапе обязательно вводится способность героини любить. Поэтому сущ. *тоска* может приобретать значение «любовь», что подкрепляется и определением «вечная тоска» (ср. традиционное «вечная любовь»). Во-вторых, тоска уже окончательно утверждается в мировоззрении М. Цветаевой как обязательная, а значит, постоянная черта внутреннего мира человека, в первую очередь, поэта.

На третьем этапе развития поэтического идиолекта М. Цветаевой (1917–1921 гг.) количество лексем с корнем *тоск-* увеличивается: 13 раз употреблено сущ. *тоска*, 6 — глаг. *тосковать* и 2 — *вытосковать*. Как и раньше, благодаря соединению в одном контексте с нехарактерными для существительного *тоска* определениями, оно меняет свое значение (*тоска* — «ненависть»).

Четвертый период (1920-е гг.), как известно, считается расцветом творчества М. Цветаевой [3]. 31 раз употребляется на данном этапе сущ. *тоска*, 3 раза — глаг. *тосковать*; образовано окказиональное существительное *тоскомер*. Тоска в стихотворениях этого периода остается *неутолимой*; осознается как необходимое условие бытования поэта; противопоставляется скуке как положительное, борющееся со скукой чувство, свидетельствующее о полноте духовной жизни героини, о том, что она охвачена любовью. Но, пожалуй, самой интересной особенностью бытования существительного *тоска* на данном этапе становятся размышления поэта о том, есть ли у тоски граница, предел. Над этим вопросом Цветаева, поэт с «безмерностью в мире мер», задумывается не один раз. Утверждается мысль, которую М. Цветаева остро переживала и долго обдумывала, о том, что мера поэтической тоски (*тоскомер*) — в ее безмерности, недостижимости горизонта, но постоянном стремлении к нему.

На последнем, V этапе развития поэтического идиолекта М. Цветаевой резко снижается частота обращений поэта к существительному *тоска*: оно употреблено всего 3 раза. (Следует заметить, что на этом этапе Цветаева очень мало пишет стихов — в основном, прозу.) Сущ. *тоска* завершает

свое семантическое развитие: оно связывается с двумя сферами: тоска как жажда любви и неизбежная тоска Поэта.

Проанализированный материал показывает, что в идиостиле М. Цветаевой тоска осмысливается как очень важный элемент мировоззрения человека. Тексты поэта демонстрируют нам изменение значения этого существительного, по сравнению с общеязыковым.

Литература

1. *Козакова А. А.* Концепт «радость» в поэтическом идиолекте М. Цветаевой // Языковая система и речевая деятельность: лингвокультурологический и прагматический аспекты. Материалы между-

народной научной конференции, посвященной памяти профессоров А. Н. Савченко, М. К. Мильх, Т. Г. Хазагерова. Ростов-на-Дону, 2007. С. 226–228.

2. *Козакова А. А.* Концепт *счастье* в поэзии Марины Цветаевой // Вопросы языка и литературы в современных исследованиях. Материалы Международной научно-практической конференции «Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие» IX Кирилло-Мефодиевских чтений. М., 2008. С. 197–203.

3. *Ревзина О. Г.* Марина Цветаева // Очерки истории языка русской поэзии XX века. Опыты описания идиостилей. М., 1995. С. 305–363.

4. *Словарь поэтического языка М. Цветаевой: В 4 т. М., 2004.*

Риторические особенности советской массовой поэзии*

М. В. Козулина, А. П. Романенко

Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского

sandji93@mail.ru

Культурная семантика, советская массовая поэзия, топика, ключевые слова

Summary. The semantics (the key words-symbols) of mass Soviet poetry of 1930s is being analyzed using the publications of district newspapers of Saratov region.

Советская массовая поэзия строится не по законам поэтики, а по законам риторики, причем риторики идеологизированной. Риторичность и идеологизированность этой поэзии формируют ее культурную **семантику**, которая определяется советской топикой и символикой.

Под **топикой** понимается система топосов (общих мест), представляющих собой аксиоматические, не требующие доказательств, принимаемые априорно в данной культуре высказывания морально-идеологического или философского характера, лежащие в основе словесности.

В советской топике выделяются четыре основных, глобальных топоса, развивающих оппозиции «свой — чужой», «вперед — назад», «новое — старое», «вождь — массы».

Оппозиция «свой — чужой» в советской культуре продуцирует топос, выражаемый таким, например, высказыванием: «Любить товарища, ненавидеть врага». Этот топос дает такие, например, строки о товарищах: *Мы с гордой радостью глядим в простые с капельками пота лица товарищей, идущих впереди в косыночках дешевенького ситца; Ведь нынче, товарищи, каждый из нас — строитель и красноармеец.* По отношению к врагу эмоция ненависти (она сильнее эмоции любви по отношению к товарищу): *То, что строим — это уже не грезы. Для врага, по крайней мере, жуть; В пустынных морозных снегах, застывших пушистым покоем — мы встретим еще тусклой ночью врага и вздрогнут ряды перед боем.* Враг опасен и тем, что он часто скрыт: *Когда враждей туманятся глаза у тех, кто называется друзьями и т. п.*

Оппозиция «вперед — назад» реализуется в топосе, который можно сформулировать следующим образом: «Вперед, с ударным трудом, с отступлениями — непримиримая борьба». Примеры: *Марш вперед! На Тракторстрой!; Шагают первые, не робев, навстречу вызовом соревнования; В железном седле неустанный седок в степную влюблен наготу; Утонув в работе край, будет, будет для Республики полный урожай; Цеха задрожали от гула — пошли батальоны ударных бригад на лодырей, брак и прогулы и т. п.*

Оппозиция «новое — старое» реализуется топосом, выражаемым, например, высказываниями: «За новую жизнь, старое — в прошлом», «Новое ценнее старого, молодость — старости». Примеры: *Пусть молодость дни наши сгрудит, нам глотки для песен тесны: подхватывай, новые люди, строители новой весны!; В каждой хате встретились две силы — молодая поросль и старье. Нынче в песнях новые мотивы, нынче в жизни также весело; Мы знаем, что старых наследий стара нам колодка, что, темпы работы утравив, по старым наследиям двинут тараном маховики Тракторстроя; В каждой хате старое — солома, старики под сто и с лишним лет. Правда, много, много еще лома. Но того, что было, уже нет и т. п.*

Оппозиция «вождь — массы» представлена топосом, выражаемым высказываниями «Мудрый вождь руководит массами», «Партия руководит массами» и т. п. Примеры: *Кон-*

струкцию строек впервые набрасывал лучший товарищ и вождь; И сердце и руки и воля — давно на службу поставлены классу. Наши дыханья — дыханье одно. Наши желанья — желанье одно. Наши работы — работа одна. Партией эта работа дана, партией эта работа дана, вождем победившего класса и т. п. При этом в вожде подчеркивается высшая степень положительного качества: *Сталин — лучший товарищ, Ленин — хороший из хороших.* В массах же подчеркивается огромность количества и сплоченность: *Миллионы, идут миллионы!*

Как видно из примеров топосы могут в тексте скрещиваться, пересекаться, переплетаться. Эти четыре топоса представляют собой основу семантической системы идеологии и — шире — культуры советского общества. При реализации в текстах топосы опираются на **символику**, под которой понимается система ключевых слов, имеющих символическое значение, то есть значение, имеющее только для носителей данной культуры особый, не словарный смысл. Эти слова-символы — семантические гнезда, то есть совокупность однокоренных или неоднокоренных слов, объединенных одной идеей. Например: *железо, железный, сталь, стальной, чугуны, чугуны и т. п.*

Для советской словесной культуры можно выделить такие слова-символы (их может быть больше): *железо, огонь, коллектив, труд, товарищ, радость, красный, простой, родной, военный.*

Железо. Символическое значение для советской культуры: твердость, связь с пролетариатом, новизна. Примеры: *Не сивкой, — стальными конями распашем полос целину; Поет Индустрия, гремит ее шаг — чугуны, стальной и железный; К заводикам, фабричкам старым крадется стальной паралич; Шаги нарастают стальные; Гремит, вырастая, стальная страна на месте аграрной России. Не си, Индустрия свой кованный шаг — литой, металлический, грозный — немолкнувшим шумом заводов и шахт и шумом машин по колхозам!; Опясаный в сталь Сталинград и т. п.*

Огонь. Символическое значение: революция, разрушение старого, борьба. Примеры: *Где шли мы сквозь годы огня и борьбы; Но знаешь ты огонь иной борьбы; А ты горюшь таким, как я, огнем; Жизнь горит негаснущим огнем; Вдвигайся, месь немеркнувшим огнем!; Очаги социализма и т. п.*

Коллектив. Символическое значение: единство, новая организация масс, эффективный труд, отпор врагам. Примеры: *Порыв коллектива в единое сбил, чтоб были упрямей бетона и платин; За колхозы, за колхозы, за единый мощный коллектив; Дает Индустрия тройной урожай полям молодых коллективов и т. п.*

Труд. Символическое значение: построение нового, условие будущего счастья, основная ценность жизни советского человека. Примеры: *Стель — не стель — Дворец труда; Тут объявлен опытный участок социалистического счастья, к которому шагает труд; Гореть напряженьем большого труда в забоях, в полях, на заводах и т. п.*

* Работа выполнена при поддержке РГНФ (проект № 08–04–00099а).

Товарищ. Символическое значение: свой, человек труда. Примеры: *Огни товарищеских соревнований; Чтоб так же работал товарищ* и т. п.

Радость. Массовой культуре присущ оптимизм, с которым и связано символическое значение радостного мироощущения: новая жизнь радостна. Например: *Мы рады. Сегодня. Бегут по траве лучей золотистые реки. И солнце играет в любой голове, и солнце горит в человеке* и т. п.

Красный. Символическое значение: революция и новая жизнь. Например: *Красный урожай; Красный путь* (магазин); *красный эшелон; И на церковной колокольне счастливо реет красный флаг* и т. п.

Простой. Символическое значение: свой, человек труда. Например: *Мы с гордостью глядим в простые с капельками пота лица товарищей, идущих впереди в козыночках дешевого ситца* и т. п.

Родной. Советская культура ставила семейные ценности ниже ценностей общественных. Повышенное внимание к семье могло расцениваться как мещанство, как пережиток прошлого. Поэтому данное слово стало символом по отношению не

к семье, а к обществу. Символическое значение: свой, товарищеский. Например: *родной станок; родной завод* и т. п.

Военный. Это семантическое гнездо включает в себя военную терминологию, употребляющуюся по отношению не только к военной, но и к мирной действительности. Символическое значение: жизнь и труд советского человека — это постоянная борьба в условиях вражеского окружения. Примеры: *отряды телег; Пошли батальоны ударных бригад на лодырей, брак и прогулы; Давно уж закат окровавил, как марлю, бинты облаков, умирая за фронтом. Давно уж во след с четырех горизонтов промчались отряды полуночных армий* и т. п.

Как показывают примеры, слова-символы, так же, как и топоры в тексте могут соединяться, сливаться в одном высказывании. То есть они представляют собой систему, которая вместе с топикой организует советскую культурную семантику.

Таковы в общих чертах особенности советской словесной культуры и массовой поэзии — органической части этой словесности.

Прием «речевая маска» в языковой игре (на материале произведений М. М. Жванецкого)

Е. Л. Колесниченко

Горловский государственный педагогический институт иностранных языков (Горловка, Украина)

xztex@mail.ru

«Речевая маска», филологический феномен, языковая игра, подражание, подразумевание, передразнивание

Summary. «Speech mask» in the language game (by materials of the works of M. M. Zhvanetsky). The reception of “Speech mask” is examined in this paper; the ways of creating it is probing on the base of works of M. M. Zhvanetsky.

Маска как культурный и социальный феномен, мотивы ее формирования и способы исполнения привлекали внимание специалистов разных областей знания: психологов, филологов, литературоведов, лингвистов.

Маска — это «знак», который личность предлагает вместо себя обществу, момент неполного «я», когда часть выдается за целое. Таким образом, маска представляет собой сокрытие, обусловленное стремлением приспособиться к окружающей среде, а приспособившись, повлиять на нее.

«Речевая маска» по-разному трактуется в рамках «классического» и постмодернистского литературоведения: 1) образ автора в различных его композиционных воплощениях — лирического героя, повествователя или рассказчиков, персонажей и 2) особая форма авторства постмодернистского текста, к которой автор выступает как действующее лицо, не являясь при этом персонажем.

Лингвистические исследования «речевой маски» также дают весьма неоднозначное представление об этом явлении: 1) разновидность языковой игры («домашние» игры современных носителей литературного языка; балагурство; РМ рассказчика анекдота) (Е. А. Земская, Т. Г. Винокур, Д. Н. Шмелев); 2) ситуативная коммуникативная роль (И. А. Стернин); 3) средство создания имиджа. При этом имидж создается путем долгого «проигрывания», постоянного повторения одной и той же маски до тех пор, пока сама маска не перестает «ощущаться» человеком, ее использующим (И. А. Стернин, О. С. Иссерс); 4) коммуникативная стратегия оратора (Н. Ю. Кузнецова); 5) «РМ» создателей рекламного текста (З. Д. Попова); 6) «РМ» — особый прием языковой личности, позволяющий с одной стороны, удовлетворить потребностью в творчестве, с другой, — являющийся способом самовыражения, а также выражения отношения к реалиям окружающей действительности (Л. К. Голубева).

Е. А. Земская характеризует прием «речевой маски» следующим образом: «Говорить обычно, как кто-нибудь — приезжий из деревни, сюсюкающая дамочка, бюрократ, ребенок, иностранец — эти и многие другие речевые маски всегда под рукой говорящих. Используя этот прием, говорящий обычно не заботится о полном воспроизведении чужой речи, он лишь бросает мазки, наиболее характерные приметы чужого голоса» [2: 172].

В нашем понимании «РМ» предполагает наличие оппозиции собственного идиостиля языковой личности и стиля, присущего выбранной маске.

Часто речевая маска смешивается со смежными явлениями: подражанием, передразниванием, пародированием. В отличие от этих видов имитации, «речевая маска» всегда осо-

знается как чужое речевое поведение, она основывается на обобщенном образе какого-либо коммуниканта и имитирует не только манеру речи, но и лексику: *чтоб мы были все здоровы; еще французы пели — не чипайте женщину — и не чипайте* и картину мира изображаемого человека.

В процессе реализации «РМ» выполняет следующие основные функции: 1) манипулятивную; 2) имиджеобразующую; 3) игровую; 4) функцию самовыражения (самореализации).

М. М. Жванецкий, используя прием «речевой маски», блестяще передает особенности одесского колорита: *Я имела уже прошлую ночь. Пей, но тебе это выйдет боком. Он директор еврейского кладбища. У тебя есть к нему ход?* Нередко в произведениях М. М. Жванецкого показаны персонажи, владеющие украинским языком, что характерно для жителей Одессы: *...предзамтурбюро «Карпаты» з пайками, с персональной черной, з хрпающим шофером в свинутом на глаза кезаре, він кожний рік відпочивав бы в санаториї у «люксе» з бабою, з дитями.* Отметим, что элементы, являющиеся условными намеками на какие-то национальные особенности, как и диалектизмы, должны быть общепонятны, иначе они не вызовут ожидаемого эффекта. Автор имитирует особенности национальной речи, используя основные из них, например: произношение предлога з вместо с, произношение звука ы, там, где в русском языке звук и. Во многих примерах нарушены нормы как русского, так и украинского языка.

Часто встречается у Жванецкого игровые маски малокультурного простачка (игра на диалектах и просторечии) и персонажа — нередко обывателя, стремящегося казаться лучше, чем он есть: *...Попахали тут деревья защищать отовсюду; ...усмешняйте, расставляйте акценты.*

Строя языковую игру на коверканье звуковой формы слова, создавая так называемые «фонетические шутки», автор представляет нам несчастного посетителя зубоврачебного кабинета: *Но главное в человеке не прищеска, а дуса;* героя произведения с дефектами речи: *Тодендовка даконтена. Давта доцевнования...Я тебе объятнял; Я бею два ведья по куйсу.*

Достаточно часто эффект приема «речевой маски» достигается путем смешения стилей, сочетая фольклор и современный бюрократический язык газетных клише: *Из имущества осталось только место жительства* — перифраз подразумеваемого слова квартира / дом неуместен в данном контексте; путем обыгрывания штампов, в частности канцеляризмов: *Я убежал с поля боя путем уползания и растворился в бессонной ночи* в примере обыгрывается привер-

женность к замене глаголов словосочетаниями с отглагольными существительными.

Говорящий надевает «языковую маску», воплощающую определенные социальные характеристики людей, — в данном случае это диалектные особенности, просторечие — подражание речи неграмотных людей, не вполне овладевших литературным языком, и возникают намеренные орфографические ошибки: *Вместо того, чтобы выпимши петь и танцевать на улице; чепляйтесь зубами*; встречаются просторечные, грубые, эвфемистические выражения: *Дай волю — половина покатытся до судорог, на карачках уползет*.

Как средство создания приема речевой маски используется макароническая речь. М. М. Жванецкий имитирует произносительную особенность национальной речи японцев: *Все хоросо-до; Просяйте, товариси!; Есть, есть, японци против, но уже позадно, мы уже присоединирия, уже пьем сакэ, смотрим теревизора...* Реализовать ассоциативную связь с японским языком помогает замена звука [л] на звук [р] и шипящего [ш] на звук [с], что в целом характерно для фонетики японской речи.

О возможности построения грамматики смыслов в русской медицинской терминологии

А. Г. Кочкарева

Московский государственный медико-стоматологический университет; Институт русского языка имени В. В. Виноградова РАН
kochkarevaag@mail.ru

Смысловый строй языка, понятийная категория, грамматика смыслов, простые смыслы, сложные смыслы

Summary. The paper is devoted to the grammar of senses in Russian medical terminology.

Проблемы, связанные с изучением смыслового строя языка, как известно, давно интересовали ученых. Для языковедения не является новой мыслью о том, «что в основе каждого языка лежит иерархически упорядоченная система понятийных категорий и более того, что при всем формальном многообразии существующих языков этот понятийный каркас для них един» [1: 137]. Ее истоки восходят к попыткам гениев XVII века Р. Декарта и Г. В. фон Лейбница создать проекты искусственных языков. Эта тема никогда не исчезала из поля зрения лингвистики: «Грамматика общая и рациональная Пор-Рояль», проекты так называемых философских языков (Дж. Дальгарно, Дж. Уилкинса), работы И. И. Мещанинова, С. Д. Кацнельсона и др. Вильгельм фон Гумбольдт развивал идеи универсальной грамматики об универсальном компоненте языкового строя. Концепция функциональной грамматики А. В. Бондарко позволяет описывать язык как от «формы к смыслу», так и от «смысла к форме» [3: 352]. Н. Ю. Шведова предложила совершенно новый путь для описания смысловой структуры языка: [6]; [4: 176]. Ю. Л. Воротников рассматривает возможность построения русской грамматики смыслов, полагая, что «при таком подходе становится возможным сопоставить различные языки не только на уровне отдельных лексических или грамматических лакун, но и запечатленной в них языковой картины мира, используя при этом чисто лингвистические приемы» [1: 141].

Целью данной работы является попытка описания грамматики смыслов на примере одного из разделов внутренних болезней — пульмонологии. Терминология заболеваний органов дыхания (пульмонология) представлена терминами

Вариантом макаронической речи может быть и передача иностранных слов русскими буквами. Обычно это слова, которые широко известны большинству носителей русского языка, — слова приветствия, благодарности, и т. д., поэтому они легко узнаваемы даже в таком нестандартном виде: *О, вери гут. Файн; вумен пилл; Ай донт андестен*.

Использование речевой маски преследует не только цели, связанные с подражанием другому человеку, но и цели, связанные с языковой выразительностью, влияющей на передачу автором какого-либо дополнительного смысла.

Литература

1. Винокур Т. Г. Устная речь и стиливые свойства высказывания (К постановке вопроса) // Разновидности городской устной речи / Под ред. Д. Н. Шмелева, Е. А. Земской. М., 1988. С. 44–84.
2. Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Языковая игра // Русская разговорная речь: Фонетика. Морфология. Лексика. М., 1983. — С.172
3. Кочетова Т. В. Эвфемизы в речи носителя элитарной речевой культуры // Вопросы стилистики: Сб. Саратов, 1998. С. 168–178.

греко-латинского происхождения (около 80%), в то время как на долю терминов исконно русских, заимствований из славянских языков приходится лишь 20%. Термины греко-латинского происхождения представлены названиями заболеваний, патологических процессов и синдромов, методов исследования, фармакологических групп. Большинство названий симптомов являются словами исконно русского происхождения или заимствованиями из славянских языков. В данном исследовании анализу подвергаются только термины греко-латинского происхождения и термины, образованные по греко-латинским словообразовательным моделям. Если мы откроем «Энциклопедический словарь медицинских терминов», то убедимся в том, что название заболевания, синдрома, метода обследования дается и на русском, и на латинском языке, например бронхит астматический — *bronchitis asthmatica*. «Международная анатомическая номенклатура», «Ленинградская гистологическая номенклатура» также существуют в латинском варианте («*Terminologia anatomica*», «*Leningradensia Nomina histologica*»), что позволяет сохранять план выражения в двух вариантах: на латинском и на русском языках. Именно эта особенность позволяет инкорпорировать глубинные смыслы, заложенные в латинском языке, в структуру русского предложения. Под смыслом в данной работе понимается «самое общее понятие, первично означенное местоименным исходом, и материализуемое при помощи таких разноуровневых языковых единиц, семантика (языковое значение) которых включает в себя соответствующее понятие и объединяет все эти единицы в некое семантическое множество» [4: 32].

Языковые смыслы I порядка (простые смыслы)

Смысл 1 (предметность):

Вопрос: Что?
Орган
Ткань
Возбудитель
Среда
Прибор

Смысл 4 (локативность)

Вопрос: Откуда?
Бронх
Желудок

Сложный смысл I порядка:

Модель I: пиоторакс — наличие гноя в грудной клетке
Модель II: бронхогегия — кровотечение из бронхов
Модель III: бронхоклизис — вливание в бронхи
Модель IV: плеврит — воспаление плевры (в плевре)

Смысл 2:(локативность)

Вопрос: Где?
Грудная клетка
Легкое

Смысл 5 (процессуальность)

Вопрос: Что происходит?
Абсцесс
Астма, воспаление

Смысл 3:(локативность)

Вопрос: Куда?
Бронхи

На описание метаязыка нашей грамматики смыслов огромное влияние оказала мысль фон Лейбница о существовании простых и сложных идей [2: 120–121, 144–145]. Мы различаем простые языковые смыслы и сложные языковые смыслы. Простые языковые смыслы бывают I порядка и II порядка. Комбинация двух простых смыслов I порядка дает сложный смысл (комбинированный смысл) I порядка. Комбинация сложного смысла I порядка и простого смысла II порядка дает сложный смысл II порядка.

Таким образом, нами были выделено 15 моделей языковых смыслов на примере терминов греко-латинского происхождения. Языковые смыслы в медицинской терминологии формируются на ментальном уровне, в момент номинации они реализуются в слове и инкорпорируются в структуру русского предложения. Языковые смыслы являются категориями: 1) предельно широкими, приближающимися к философским категориям; 2) специальными медицинскими категориями. Русская медицинская терминология, начав свое формирование в XVIII в., пройдя длительный путь разви-

тия, представляет собой уникальнейшее явление в истории мировых терминологий, благодаря существующей в ней своеобразной грамматики смыслов. Грамматике смыслов необходимо иметь в виду при описании языковой картины пульмонологии.

Литература

1. *Воротников Ю. Л.* О возможности построения русской грамматики смыслов // Исследования по славянским языкам. № 6. Сеул, 2001. С. 137–141.
2. *Лейбниц Г. В.* Сочинения: В 4 т. Т. 2 / Ред., авт. вступ. статьи и примеч. И. С. Нарский. М., 1983.
3. Теория функциональной грамматики. Введение, аспектуальность, временная локализованность, таксис / Ред. А. В. Бондарко. Изд. 5-е, стереотип. М., 2007.
4. *Шведова Н. Ю.* Местоимение и его смысл. Класс русских местоимений и открываемые ими смысловые пространства. М., 1998.
5. *Шведова Н. Ю.* Русский язык. Избранные работы. М., 2009.
6. *Шведова Н. Ю., Белоусова А. С.* Система местоимений как исход смыслового строя языка и его смысловых категорий. М., 1995.

Коммуникативно-прагматическая модель чата как речевого жанра

И. В. Краснова

Кемеровский государственный университет

Rumianek@rambler.ru

Чат-коммуникация, коммуникативно-прагматическая модель речевого жанра

Summary. The paper deals with chat-communication as a speech genre. An attempt is made to give its communicative-pragmatic description using speech genre model developed by T. V. Shmelyova.

Повышенный интерес ученых к изучению виртуальной коммуникации (иначе — коммуникации, опосредованной компьютером) обусловлен возрастающей ролью в жизни современного человека информационных технологий и Интернета. Действительно, компьютеризация общества набирает все большие обороты и давно затрагивает уже не только деловую, но и частную сферу общения. Так, среди способов, которые могут обслуживать неформальную коммуникацию в интернете, можно назвать электронную почту, форумы, ICQ, чаты.

Чат как объект исследования представляется достаточно актуальным, однако до сих пор появлялись лишь отдельные серьезные работы, посвященные его исследованию. В качестве неотъемлемого элемента сети Интернет данный вид общения может рассматриваться с разных точек зрения. Так, например, жанровый подход к чату позволяет говорить о нем и как об особом электронном жанре, специфика которого обусловлена каналом связи и сферой функционирования, и как о самостоятельном речевом жанре, имеющем свои собственные коммуникативно-прагматические особенности, в том числе и на уровне языкового воплощения жанра. Создание модели чата по схеме Т. В. Шмелевой позволяет комплексно выявить и описать не только все лингвистические особенности, но и особенности виртуальной речевой культуры, существующей в данное время.

Анализируя коммуникативную цель данного жанра, необходимо отметить, что чат можно определить как фатический речевой жанр, несущий на себе также бытийную функцию, которая заключается в обеспечении участнику коммуникации условий для создания и проживания своей собственной альтернативной виртуальной реальности.

Основными характеристиками образа автора в жанре чата становятся изначальная анонимность и совмещение в его лице одновременно субъекта и объекта коммуникации. Для образа же адресата характерно то, что происходит его конструирование, поскольку в данном виде коммуникации реальный адресат отсутствует, а также ему свойственна множественность.

В процессе коммуникации происходит конструирование виртуальной личности в целом, и первым этапом этого становится выбор и создание виртуального имени — никнейма. Виртуальное имя несет очень большую функциональную нагрузку и является одним из факторов успешности личности в ходе коммуникации.

В аспекте прошлого чат может выступать как инициальный, так и реактивный жанром. В аспекте будущего также возможно два варианта: никакого дальнейшего развития

речевых событий не следует, либо возникают другие электронные жанры (ICQ, e-mail), хотя также возможен вариант перехода коммуникации в «реальную реальность». Одним из факторов, определяющих выбор варианта, становится коммуникативная успешность пользователя.

Тип диктумного содержания чата связан с его коммуникативной целью. В данном случае диктумное содержание состоит в реализации потребности языковой личности в общении, в потребности реализовать свои социальные интенции, почувствовать себя членом определенного социума. В языковом отношении для речевого жанра чата характерно совмещение в себе письменной и устной составляющих. В связи с этим начальными аспектами рассмотрения его языкового воплощения становятся фонетический и графический уровни организации языкового пространства.

В отношении фонетики можно наметить ряд определенных тенденций, среди которых — выпадение интервокальных согласных, упрощение групп согласных, ассимиляция по глухости / звонкости и твердости / мягкости, количественная и качественная редукция гласных и некоторые другие.

Что касается графики, то она максимально активно используется в процессе общения. Наиболее распространенными графическими приемами в чатах становятся эмодзи, графические сокращения, использование разных цветов, комбинация прописных и строчных букв и т. д.

В отношении грамматического аспекта рассмотрения речевого жанра чата необходимо указать на активизацию творческого потенциала пользователей, что проявляется в наличии активных процессов словообразования, в частности — окказионального.

Говоря об окказиональной деривации в виртуальном пространстве чата, необходимо отметить, что ее наличие закономерно и обусловлено рядом причин, главными из которых являются онтологические характеристики самого чата. Одним из продуктивных способов словообразования окказионализмов является графический способ с различными своими разновидностями. Он используется как при создании никнеймов, так и непосредственно в самой речи. Основными его функциями становится создание образа виртуальной личности, а также возмещение недостатка невербальных средств общения.

Лексический уровень организации чат-коммуникации имеет также ряд своих особенностей, среди которых можно отметить абсолютный разговорный характер лексики, использование сленга, компьютерного жаргона, выполняющего в том числе задачу опознания «свой — чужой», элементов жаргона папонков, а также использование акронимов и усечений.

Синтаксический строй языка чата также характеризуется рядом особенностей, например, наличием эллипсиса и перестановки частей высказывания и употреблением как можно более коротких предложений. Что касается пунктуации, то ей возвращается ее семантический характер.

Также для жанра чата характерно наличие метатекста, выполняющего две основные функции: заместителя зрительной информации и уточнения мысли и комментария произнесенных реплик.

Таким образом, чат совмещает в себе фатическую и бытийную функции. Автор в данном речевом жанре изначально анонимен и совмещает в себе субъект и объект коммуникации. Адресат же конструируется в процессе общения. Чат может быть как инициальным, так и реактивным жанром, кроме того возникновение последующих жанров зависит

во многом от коммуникативной успешности пользователя. В чат-коммуникации реализуется потребность языковой личности в общении, социальной активности. В данном речевом жанре происходит совмещение устной и письменной составляющих. Наблюдается максимальное использование графики. Как результат активизации творческого начала языковой личности, возрастает количество случаев окказиональной деривации. Лексический уровень организации текстов чата имеет абсолютный разговорный характер. В основном употребляются короткие предложения, имеет место перестановка частей высказывания. Пунктуации возвращается семантический характер. Достаточно часто используется метатекст с целью заместителя зрительной информации, а также уточнения мысли и комментария реплик.

Ритмика шестистопного ямба М. В. Ломоносова в новом освещении*

М. А. Красноперова, Е. В. Казарцев

Санкт-Петербургский государственный университет

makras@MK3521.spb.edu

Шестистопный ямб, ритмика, модель независимости, модель зависимости, реконструкция

Summary. The paper describes the results of a hypothetic reconstruction of the technique of verse rhythmic formation on the material of M. V. Lomonosov's iambic hexameter. The apparatus of the theory of reconstructive simulation of versification elaborated by M. A. Krasnoperova is used. It turns out that to different hemistichs there correspond different techniques of versification. Their connection with the character of verse rhythmical structure is considered.

1. В докладе описываются результаты гипотетической реконструкции техники формирования ритмики 6-стопного ямба (Я6) в поэзии М. В. Ломоносова и их связь с изменением ритмического облика стиха.

2. Исследование выполнялось на материале последних статистических данных К. Ф. Тарановского по этому размеру [13] с использованием обобщенной таблицы по тому же материалу, составленной А. В. Прохоровым [10] и результатов, полученных авторами настоящего исследования. Привлеченный материал охватывает период творчества поэта с 1742 по 1764 г., включает практически все его произведения, созданные в указанной стихотворной форме, и использует по существу весь спектр имеющихся статистических данных по ритмике Я6 в поэзии М. В. Ломоносова.

3. Исследование проводилось, главным образом, на основе аппарата теории реконструктивного моделирования (РМ-теории), разработанной М. А. Красноперовой ([6]; [7]). Использовалась также в несколько модифицированном виде широко известная в стиховедении языковая модель, введенная академиком А. Н. Колмогоровым (ЯМ) [3] (более подробное описание этой модели см. в работе [8]).

4. В отличие от ЯМ, построенной по принципу независимости ритмических слов (языковая модель независимости), применяемые модели РМ-теории построены по принципу их зависимости (языковые модели зависимости — ЯМЗ). При построении моделей в обоих случаях использовался ритмический словарь художественной прозы. (О ЯМЗ и их использовании см., например, в работах: [5: 66–69]; [7: 99–55]; [14]; [9]. Компьютерные программы расчета ЯМЗ созданы А. С. Мукиным. Расчет ЯМ выполнялся на основе системы автоматической генерации, разработанной Л. А. Киселевой под руководством М. А. Красноперовой.)

5. Результаты проведенного авторами анализа, создают представление о разном способе формирования полуступиш Я6: первое полуступише почти всегда формируется по принципу зависимости ритмических слов, второе — по принципу их независимости с тенденцией к повышению ударности сильных слогов. Это можно объяснить тем, что во втором полуступише поэт чувствует себя в привычных условиях трехстопного ямба (Я3), в то время как в первом эти условия нарушаются необязательностью предцезурного ударения.

6. Механизм формирования первого полуступиша, претерпевает изменения с течением времени. Это можно объяснить прежде всего совершенствованием техники сложения стиха и изменением его ритмического облика.

7. В примерах из «Риторике» 1748 г. поэт, по-видимому, еще экспериментирует, отработывая как ритмический облик стиха так и технику его формирования. Примечательно, однако, что в наиболее ранней выборке из этой «Риторике» (34 строки) все стихи имеют ударение на предцезурном слоге. Они созданы в строгом соответствии с так называемой асимметричной моделью зависимости. Во всех остальных случаях, кроме специально оговоренных, при наличии соответствия модели зависимости оно имеет место с точностью до последнего сильного слога полуступиша, так как в модели оно ударно, а в стихе может быть безударным.

8. Асимметричная модель зависимости (ЯМЗ-А) состоит из двух равновероятных блоков. Один из них строится в направлении от начала к концу. В другом прежде всего определяется последнее ритмическое слово, а затем формирование строки также идет от начала к концу. Аналогичный порядок предполагается также в соответствующей когнитивной модели.

9. Последняя выборка из «Риторике» 1748 г написана уже в той манере, которая практиковалась позже в произведениях 1750–1751 гг. В этих произведениях техника стихосложения становится, по-видимому, более осторожной, чем в первой упомянутой здесь выборке. Она описывается лишь одним блоком ЯМЗ-А, в соответствии с которым сначала заполняется последнее сильное место, а затем — остальные, начиная с первого. Это, по-видимому, связано с тем, что в указанных текстах предцезурное сильное место не всегда бывает ударным, что налагает на поэта дополнительную заботу о его вербальном оформлении. Полученный результат хорошо согласуется с отмеченной К. Ф. Тарановским тенденцией к ослаблению ударности предцезурного сильного слога [13]. Так тенденция к изменению ритмического облика стиха отражается на технике его создания.

10. Произведения конца 1752–1761 гг. свидетельствуют о новом этапе версификационной зрелости поэта. Эти тексты описываются преимущественно ЯМЗ-А в ее полном виде с поправкой, как и прежде, на возможность пропуска ударений на предцезурном сильном месте. В когнитивном осмыслении этот переход к «полной» модели можно рассматривать как указание на то, что поэт уже не нуждается в обязательном предварительном маркировании границы полуступиша.

11. Последняя группа текстов (Лирика 1763–64 гг. и «Письмо Орлову» 1764 г.) является малочисленной и составляет в целом всего 152 строки. Тем не менее она характеризуется заметным изменением ритмического облика Я6 и обнаруживает, по-видимому, наиболее зрелую стадию развития меха-

* Авторы благодарят Российский Фонд Фундаментальных исследований за поддержку этой работы (грант 06–06–80423а).

низмов его формирования. Как было отмечено Тарановским, в этих произведениях Ломоносов отходит от традиции симметричного стиха (речь идет в данном случае о внутренней симметрии каждого полустихия и их определенном подобии). Наши данные позволяют предполагать, что этот отход связан с принципиально новым взглядом на структуру первого полустихия. Если в предшествующий период это был, хотя бы в скрытом виде, ЯЗ (поэт мысленно ориентировался на этот размер, но изменял его последний сильный слог на безударный), то при создании указанных текстов данная ориентация уже не важна: поэт изначально слагает первое полустихие как особую метрическую форму, в которой последнее сильное место даже мысленно уже не маркировано обязательной ударностью. Эта форма описывается моделями зависимости нового образца: для Письма Орлову (102 строки) — это полная ЯМЗ-А, но без изначальной ориентации на ударность последнего сильного места, для предшествующих лирических текстов (50 строк) — это один блок данной модели, основанный на представлении о том, что стих формируется в направлении от начала к концу. Возможно, что в этом опыте поэт отработывал наиболее сложный блок асимметричной модели, а в последующем «Письме» уже свободно использовал соответствующий принцип формирования стиха в его полном виде.

12. Полученные результаты дают серьезные основания предполагать, что во всех ситуациях, следующих за первым опытом из «Риторике» 1748 г., степень ударности двух первых сильных слогов описывается моделью, в соответствии с которой происходит формирование ритмики первого полустихия, а ударность предцезурного сильного слога может корректироваться поэтом и вопреки ее диктату.

13. Полученные результаты позволяют предполагать далее, что ритмический облик первого полустихия Я6 М. В. Ломоносова зависит преимущественно от принципов его порождения и степени акцентуации предцезурного слога. Во втором полустихии оба фактора носят, по-видимому, в некотором роде противоположный характер: его ритмика описывается моделью, построенной на основе независимости ритмических слов с поправкой на степень акцентуации двух первых сильных слогов этой половины стиха.

1. Викери В. Н. Русский шестистопный ямб и отношение его к французскому александрийскому стиху // American contribution to the VII-th International Congress of Slavists. Ac-7. 1973. P. 505–527.
2. Гаспаров М. Л. Очерк истории русского стиха. Метрика. Ритмика. Рифма. Строрфика. М., 2000.
3. Колмогоров А. Н. Пример изучения метра и его ритмических вариантов // Теория стиха. Л., 1968. С. 145–167.
4. Красноперова М. А. Моделирование процесса стихосложения по вероятностным параметрам // Russian Verse Theory: Proceedings of the 1987 Conference at UCLA. Vol. 18. LA, 1988. С. 183–192.
5. Красноперова М. А. Модели лингвистической поэтики. Л., 1989.
6. Красноперова М. А. Новые модели и новая ориентация в изучении ритмики стиха // Славянский стих. Стихovedение, лингвистика и поэтика. Материалы Международной конференции / Под ред. М. Л. Гаспарова и Т. В. Скулачевой. М., 1996. С. 246–252.
7. Красноперова М. А. Основы реконструктивного моделирования стихосложения (на материале ритмики русского стиха). СПб., 2000.
8. Красноперова М. А. Основы сравнительного статистического анализа ритмики прозы и стиха. СПб., 2004.
9. Красноперова М. А., Казарцев Е. В., Мухин А. С. Техника стихосложения в моделях размера (к вопросу о становлении русской силлабо-тоники) // Материалы XXIX межвузовской научно-методической конференции преподавателей и аспирантов. Секция структурной и прикладной лингвистики. СПб., 2000. С. 23–27.
10. Прохоров А. В. Проблемы становления русского классического стиха. Комментарий к работе К. Ф. Тарановского о 6-стопном ямбе Ломоносова // Славянский стих. Стихovedение, лингвистика и поэтика. Материалы Международной конференции / Под ред. М. Л. Гаспарова и Т. В. Скулачевой. М., 1996. С. 224–238.
11. Тарановский К. Руски дводелни ритмови. Београд, 1953.
12. Тарановский К. Ф. Ранние русские ямбы и их немецкие образцы // Русская литература XVIII в. и ее международные связи. XVIII век. Сборник 10. Л., 1975. С. 31–38.
13. Тарановский К. Ф. Шестистопный ямб Ломоносова // Russian Verse Theory. Proceedings of the 1987 Conference at UCLA. LA, 1987. P. 395–418.
14. Красноперова М. А. Cognitive aspects of probabilistic-statistical analysis in reconstructive simulation of versification // Cognitive Modeling in Linguistics. Proceedings of the X-th International Conference. Vol. 2. September 6–13, 2008. Bechich; Kazan'. Kazan', 2008. P. 110–122.

Прагматические и речевые особенности жанра комментария к текстам интернет-блога Президента РФ Д. А. Медведева

Е. М. Крижановская

ГОУВПО «Пермский государственный университет»

krizh@psu.ru, afanasev@perm.ru

Интернет-коммуникация, жанр комментария к блогу политического лидера, речевые акты, коммуникативно-познавательные действия автора комментария, риторические средства

Summary. The aim of this paper is to characterize a genre of the comment to the Internet-blog on the basis of the analysis of its pragmatic and speech features. In the paper the most frequent types of Internet-comments of political subjects in Russian and communicative-cognitive actions forming them are established. The basic types of speech acts realized in the genre of the comment are determined and some rhetorical means used in the texts of this genre are described.

Об актуальности изучения интернет-блогов свидетельствуют появившиеся в последние годы психологические, социологические, политологические и другие исследования, посвященные анализу русскоязычной блогосферы. Это подтверждает высказывание исследователя П. Протасова о том, что «веблоги и процессы, в них происходящие, уже стали значительным явлением в отечественной общественно-политической и культурной жизни» [1]. Между тем совершенно очевидно, что названное явление настоятельно требует и лингвистической интерпретации, например, в жанровом, функционально-стилистическом, риторическом, прагматическом и многих других аспектах.

В связи с вышеизложенным интересно было изучить тексты комментариев к интернет-блогу Президента РФ Д. А. Медведева, при этом материал исследования был получен методом случайной выборки из всего массива комментариев данного блога. Изучение комментариев осуществлялось на основании предположения о том, что речевая и прагматическая специфика комментария того или иного типа обусловлены не только особенностями авторской реакции на основной текст (текст официального сообщения в блоге Президента РФ), но и характером реализуемых в дан-

ном типе комментария речевых актов. При этом речевой акт понимается нами вслед за Н. И. Формановской как «высказывание, порождаемое и произносимое с определенной целью и вынуждаемое определенным мотивом для совершения практического или ментального (как правило, адресованного) действия с помощью такого инструмента, как язык / речь» [2: 111]. В процессе изучения типов комментариев учитывался тот факт, что в одном высказывании может быть воплощено одновременно несколько иллюкутивных целей, поэтому выявление того или иного типа комментария производилось на основе доминирующего характера реализованных иллюкуций автора и соответствующих им речевых актов. Кроме того, в ходе исследования ставилась задача выявить специфику данного регистра интернет-коммуникации по сравнению с обычной речевой коммуникацией на русском языке.

В результате анализа были выявлены следующие наиболее частотные типы комментариев с условными названиями «эмоциональный отклик автора», «предложения — требования — приказы», «просьба», «обращение внимания на определенную проблему», «наказ президенту», «прогнозы», «критика», «комментарий на актуальную тему дня», «вооду-

шевление президента», «вопросы к президенту» и некоторые другие.

В процессе изучения было также отмечено, что речевую и прагматическую специфику текста комментария обуславливают определенные типы коммуникативно-познавательных действий, осуществленных автором комментария. На наш взгляд, эти коммуникативно-познавательные действия могут быть рассмотрены как способы последовательной реализации в речи определенных иллокуций автора. Иначе говоря, тип комментария может быть рассмотрен как инвариантный набор определенных коммуникативно-познавательных действий, в то время как авторские тексты комментариев представляют собой бесконечно разнообразные варианты воплощения того или иного типа.

Так, например, типичными коммуникативно-познавательными действиями комментария «эмоциональный отклик автора» являются: 1) обращение к Президенту РФ (другим участникам дискуссии) или приветствие; 2) указание на тот фрагмент текста президента, который будет прокомментирован автором; 3) оценка (положительная / негативная) деятельности президента (его выступления, текста программы, действий Правительства РФ, чиновников в регионах и др.); 4) выражение уверенности в невозможности осуществления программы президента / либо неуверенности в возможности ее реализации; 5) констатация негативной ситуации в регионах с приведением подтверждающих позицию автора примеров «с мест» и обязательными противопоставлением по типу «на словах (в текстах официальных документов, в Москве, в центральных регионах России) — на деле (в регионах, на периферии); 6) выражение негативного эмоционально-когнитивного состояния автора как результата восприятия текста президента / позитивный прогноз в связи со сказанным президентом; 7) этикетная рамка (выражение благодарности, пожелание успехов, подпись автора). Иногда текст комментария типа «эмоциональный отклик автора» осложняется вопросами к президенту, подробной самопрезентацией автора, пожеланиями, призывами или категорическими требованиями, высказанными в адрес президен-

та, извинениями автора по поводу характера его собственной речевой деятельности и др.

Изучение речевой оформления текстов комментариев позволило установить ряд наиболее частотных риторических средств, используемых авторами как для наиболее эффективного выражения собственных интенций, так и для оказания программируемого эмоционального воздействия (т. е. создания определенного перлокутивного эффекта) на потенциальных читателей данного интернет-блога. К таким средствам следует отнести следующие риторические тропы и фигуры: метафору, иронию, антитезу, градацию риторический вопрос, риторическое восклицание, прием синтаксического параллелизма, фигуру уступки (концессии), прием введения в авторский текст вымышленной или доработанной автором речи (сермоцинация) и многие другие.

Наряду с использованием специальных средств выразительности авторы комментариев активно применяют разнообразные шрифтовые выделения, «закавычивание» (т. е. помещение в кавычки) важных для автора в смысловом или эмоциональном отношении слов и словосочетаний, пиктограммы (смайлики), увеличение количества букв в словах или знаков препинания в случаях, не предусмотренных русской орфографией и пунктуацией, и некоторые другие способы воздействия на потенциального читателя.

Таким образом, можно отметить, что в условиях функционирования официального (или близкого к нему) регистра интернет-коммуникации на русском языке текст авторского комментария к блогу политического лидера характеризуется соответствием нормам обычной коммуникации и в целом речевой грамотностью. Это свидетельствует о том, что, по-видимому, само по себе электронное общение нельзя определять как ненормативное и абсолютно отличное от письменной и устной коммуникации на русском языке.

Литература

1. Протасов П. Игры репутаций // <http://volokhonsy.ru/internet/protasov.pdf>.
2. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М., 2002.

Типология заголовков письменных полилогов (тредов) в интернет-форуме

Н. В. Кузнецова

Тюменский государственный университет
nvkouznets@gmail.com

Неофициальная коммуникация, интернет-форум, заголовок, адресант, письменный текст

Summary. The heads of threads in www-forums are divisible into pragmatic and formal types what are produce in the process of informal written communication. Pragmatic and formal aspects are interrelated.

Заголовок — традиционно сильная позиция в любом письменном тексте. Он выполняет разнообразные функции [6: 188]. В треде интернет-форума, представляющем собой письменный полилог, заголовок является обязательным элементом, предусмотренным программными средствами. В качестве его основных функций могут быть названы делимитативная (отделять конкретный тред от других) и информативная (обозначать тему полилога). Специфика треда интернет-форума заключается в том, что этот текст должен получить заголовок еще до того, как будет создан, составлен из сообщений многих коммуникантов. Заголовок треда формулирует автор первого сообщения в нем — так называемый топикстартер. Он может не только обозначить тему предполагаемого им полилога, но и использовать дополнительные средства привлечения внимания к своему сообщению и побуждения собеседников к речевым действиям.

Практикой неофициальной письменной речи в интернет-форумах выработаны некоторые стандартные приемы формулирования заголовка треда. Так, анализ 425 заголовков в одном из разделов (автомобильном) интернет-форума www.nashgorod.ru позволил выявить следующие их типы.

1. Заголовки-ярлыки, в которых обозначена лишь предметная тема треда (42% от общего числа). Представляют собой форму им. пад. существительного (его свободную синтаксему — номинатив [2: 22]) либо, в отдельных случаях, инфинитив глагола, например (здесь и далее — орфография и пунктуация оригинала): *Зазоры клапанов; Сварка аргоном; Заменить тормозные колодки*. При этом словоформа

им. пад. существительного может называть пропозицию (*Подогрев сидений*) либо один, важнейший для автора, актант (*Рулевая рейка*).

2. Заголовки, в которых адресант пытается оказать воздействие на собеседников, апеллируя к их знаниям и опыту (30% от общего числа). Средствами служат вопросительные (например, *Где починить генератор?*) или побудительные (например, *Помогите советом по перебортовке!*) предложения. Императив — «самая адресованная форма высказывания» [1: 359]; вопросительное предложение также служит для побуждения адресата к ответу, то есть к речевому действию [7: 182]; [3: 139, 189]. Употребляя данные конструкции, адресант демонстрирует свою прямую обращенность к адресату, а не только обозначает предметную тему. Переходным от первого типа заголовков ко второму является конструкция *Вопрос по...* (например, *Вопрос по койловерам*).

3. Заголовки, в которых представлена «я-тема», связывающая предметную тему с личным опытом адресанта [5: 129]; [8: 90] (16% от общего числа). По форме могут представлять собой: 1) повествовательное предложение с формой глагола 1 л. ед. ч. (*Ищу тормозной барабан на спортэйж*) либо с восстанавливаемой формой личного местоимения я (*Поставил тайваньские шины Nankang*); 2) повествовательной предложении модели N_1V_f (часто — с актуализирующей инверсией сказуемого), описывающее проблемную ситуацию, с которой столкнулся адресант (*Шумит выжимной подшипник...*). Такой заголовок побуждает адресата не просто «высказаться на тему», а ответить конкретному человеку,

что поддерживается ситуацией (или иллюзией) межличностного общения в интернет-форуме.

4. Заголовки, состоящие из двух прагматических частей (12% от общего числа). Большинство представляет собой конструкцию из именительного темы существительного, называющего пропозицию либо ее важнейший актант и обозначающего предметную тему треда, и вопросительного предложения, апеллирующего к знаниям адресатов, например: *Покраска бампера. Стоит ли?* Единичны заголовки, сочетающие части иных типов, например: *Хочу заварить все ручки дверей на 3-х дверном хетче. Где? Почему?* (предложение, представляющее «я-тему», сочетается с вопросительными предложениями), *Подскажите пожалуйста Ваз 2114 доработка ГБЦ* (побудительное предложение и словоформы им. пад. существительного, обозначающие предметную тему).

Итак, в типологии заголовков письменных полилогов (тредов) в интернет-форуме ведущим оказывается такой прагматический фактор, как наличие / отсутствие сигналов обращенности к адресату или актуализации «я-темы» адресанта. Эти сигналы передаются с помощью определенных типов языковых средств. Таким образом, прагматика заголовков коррелирует с их формальными характеристиками. Количественные подсчеты свидетельствуют о предпочтениях участников интернет-форумов: в большинстве заголовков тредов лишь обозначена, с помощью номинатива, предметная тема предполагаемого диалога. Однако значитель-

ная часть инициаторов тредов стремится усилить речевое воздействие на адресатов, апеллируя к их знаниям и опыту с помощью вопросительных или побудительных предложений. Некоторое количество коммуникантов в заголовке треда связывает его предметную тему со своим личным опытом. Наблюдения показывают, что приведенное распределение заголовков тредов по типам характерно не только для «автомобильного», но и для других разделов интернет-форума — например, на темы бытовой повседневности [4].

Литература

1. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата // Известия АН СССР. Сер. Лит. и яз. Т. 40. № 4. 1981.
2. Золотова Г. А. Синтаксический словарь: Репертуар элементарных единиц русского синтаксиса. М., 2001.
3. Йокояма О. Когнитивная модель дискурса и русский порядок слов. М., 2005.
4. Кузнецова Н. В. Русская речь в интернет-форуме: структура и стилистика текста. Тюмень, 2009.
5. Матвеева Т. В. Непринужденный диалог как текст // Человек — текст — культура. Екатеринбург, 1994.
6. Петрат Т. Р. Заголовки // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник. М., 2007.
7. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. М., 1986.
8. Сибирякова И. Г. Тематическое структурирование разговорного диалога. Дисс. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 1996.

Типы и причины коммуникативных неудач при использовании общественных надписей

С. В. Лихачев

ГОУ ВПО «Московский городской педагогический университет»

LihachovSV@rambler.ru, LihachovSV@yandex.ru

Надпись, ошибка, коммуникативная неудача, информация

Summary. The paper is devoted to communications errors in inscriptions. The author explains the cause of communications errors. The paper contains many examples of inscriptions. The analysis of inscriptions takes into account situation.

Под общественными надписями понимаются тексты (текст понимается вслед за М. Бахтиным как высказывание, ограниченное сменой говорящего субъекта), служащие для организации жизни социума: указатели, реклама, вывески, таблички правил безопасности и т. д. Они должны управлять действиями адресата: направлять, привлекать, останавливать. Если надпись способна действовать иначе, то заданная реакция адресата будет отсрочена или не последует. Такой случай назовем коммуникативной неудачей. Свидетельством неудачи может быть нарушение запрета, наблюдаемое в ситуации. Например, мусор, оставленный вокруг таблички *сделаем вместе парк чистым и красивым*, свидетельствует о коммуникативной неудаче.

Изучаемую проблему полезно было бы осветить на любом уровне изучения русского языка, а также в курсах делового общения и особенностей рекламы. Достоверность всего приводимого материала может быть подтверждена с помощью фотографий.

Типы коммуникативных неудач

1. Недоступность информации адресату. В надписи на ценнике в магазине Вапана-мата: *Качал дет. оз. бат. пон. мяг. тем-кор. бел. сед.* Угадываются только некоторые части: «качалка, темно-коричневый, белый», но целое быстро понять невозможно.

2. Неразрешенное противоречие с интересами и желаниями адресата. Табличка правил безопасности: *Запрещается загромождать проходы и (или) складировать* — около двери с надписью: *запасной выход* — над занимающей весь проход стопкой листов гипсокартона.

3. Фактическая невозможность действий, предполагаемых надписью. Непонятно, кому бы могла быть интересной рекламная акция: *Покупая 4 гроба вы получаете пятый бесплатно* — реклама с контактной информацией фирмы. Пример не уникален. Свадебный букет, который дарит жених, покупается не часто, поэтому неудачна надпись: *Свадебные букеты — постоянным клиентам скидка.*

4. Этический, эстетический или эмоциональный конфликт с представлениями адресата. Неуспешна надпись: *Бизнес-центр* на старой двери полуподвала.

5. Внутреннее противоречие надписи, чаще противоречие рекламной и содержательной части вывески: *Ремонт стовых Мастерская Глючная трубка; Авиакасы Ада или Вирус — все для компьютера.* Иногда противоречие встречается в единой конструкции: *Уважаемые автомобилисты! Не забывайте закрывать за собой автоматические ворота.*

6. Неуместный комический эффект. На территории зоопарка размещена реклама попечителей животных. Нет никакого противоречия в том, что салон красоты взял шефство над обезьянами. Но надпись: *Этих обезьян предприятие взяло под свою опеку. Салон красоты престиж* — комична из-за столкновения образа обезьяны и образа клиентки салона красоты.

Внутриязыковые причины коммуникативных неудач

1. Семантические причины. Неразличение значений многозначного слова. Например, в рекламе: *Обувь Ultima — страсть скрыть нельзя* — не различаются значения слова «страсть»: «чувство» и просторечное «ужас». *Магазин беспошлинной торговли налево* — слово «налево» воспринимается в значении «незаконно». Прочтение названия в нарицательном значении: *Авторитет переехал на Затинную 32а* — автосервис. Нарушение семантической сочетаемости: *Стоматологический центр Адреналин* — адреналин ассоциируется со страхом и болью.

2. Грамматические причины. Совпадение возвратной и пассивной формы глагола: *Устанавливается самостоятельно, без посторонней помощи* — на перекладине для занавески в ванной комнате. Неоправданное использование единственного числа вместо множественного: *В магазине в неограниченном количестве принимается сметанная стеклобанка.*

Словообразовательные причины. Окациональное словообразование: *Опасно сосули! Машины не ставить.* Слово «сосуля» в МАС отсутствует. «Сосулька» зафиксировано. Новообразование «имиджделогия» уже оказалось на световом табло. Авторским является слово «взятие» в контексте надписи: *Кабинет взятия крови.*

Графико-фонетические причины. Совпадение омографов при отсутствии знака ударения: *Передохни — сникерсни* — перетяжка, *Орган детский* — ценник, *Юбка для школьни-*

цы с запахом — ценник. Встречаются и орфографические ошибки.

Экстралингвистические причины коммуникативных неудач

Взаимодействие надписей, которые должны восприниматься раздельно. *Тигры Жирафы Милиция* — на указателе в зоопарке. *Цветы Рыболову* — вывеска. *Торты Скупка б. у. Продажа Прием платежей* — реклама на двери.

Физическая недоступность надписи: Над входом большая вывеска *Аптека* — в тамбуре при входе — *аптеки нет*.

Физическая утрата части надписи: *Пере летние работы*.

Неподходящие ассоциации: неожиданное продолжение процитированного текста: *Снесла курочка яичко, не простое яичко куриное отборное 10 штук* — на упаковке. *Мука Я колобок-колобок* — на упаковке. Напоминает продолжение: «по сусекам скребен, по амбарам метен».

Логические ошибки: *Panasonic Используй фен, который не сушит* — в буквальном понимании «непригодный прибор».

Недостаточность мотивации: *Не воровать! Земля для посадки деревьев* — однако, куча земли разрыта. Мотивация может быть и усилена, в соответствии с представлениями автора надписи о личности адресата: *Внимание! Цветы и грунт заговорены потомственной колдуньей Захарченко Л. В. от воровства и вандализма на несчастье Третий год работа безотказно*.

Приведенные примеры являются лишь иллюстрациями и не исчерпывают всех причин коммуникативных неудач в использовании надписей. Однако даже знание только этих причин позволит избежать большого количества коммуникативных неудач. При использовании надписей, которые, с одной стороны, по количеству читателей могут конкурировать с прессой, с другой — часто являются лицом большого дела, избежать коммуникативных неудач особо важно.

Литература

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Собрание сочинений. Т. 5. М., 1997. С. 159–206.

Особенности реализации коммуникативно-прагматического значения в официально-деловой речи

И. С. Лобашевская

Камчатский государственный технический университет (Петропавловск-Камчатский)

monogatari@mail.ru

Официально-деловая письменная речь, официально-деловые жанры, адресованность

Summary. The paper is devoted to the investigation of the devices of implementing communicative and pragmatic meaning in the formal speech. The author describes the repertoire devices connected with the addressee factor in the following genres: «law», «order», «international treaty».

Исследование формальной, содержательной и языковой направленности высказывания адресату в официально-деловой ситуации общения на примере жанров предписания («закон», «приказ», «международный договор») позволяет утверждать, что коммуникативно-прагматическое значение официально-деловой письменной речи реализуется на композиционно-структурном, содержательно-тематическом и языковом уровнях высказывания.

На композиционно-структурном уровне высказывания коммуникативно-прагматическое значение выражается в наличии особой структуры, состоящей из двух блоков, один из которых ориентирован в коммуникативное прошлое жанра и представлен в виде констатации (в этом блоке лексико-грамматическими средствами оформляется коммуникативная ситуация), а другой — в коммуникативное будущее жанра и оформлен в виде предписаний, регламентирующих поведение адресатов. Такая структура представляет собой коммуникативно-прагматический слой высказывания, который накладывается на композицию (части текста) и формуляр (упорядоченную систему информационных элементов) определенного жанра.

На содержательно-тематическом уровне высказывания коммуникативно-прагматическое значение представлено волеизъявительной семантикой. В законодательной сфере устанавливается существование и регламентируется деятельность субъектов правоотношений, поэтому в жанре «закон» волеизъявление представлено как «повеление», а содержание жанра сводится к системе норм, устанавливаемых государством. В жанре «закон» функционируют лексические единицы с понятийной семой волеизъявления (*право, обязанность, подлежат*) и грамматические конструкции, выдвигающие на первое место идею требования, указания, констатации, например: «слово с модальным значением + инфинитив» (*могут создавать, вправе определять, должны учитывать*). В административно-канцелярской сфере деятельность сводится к управлению действиями подчиненных, поэтому в жанре «приказ» волеизъявление представлено как «побуждение», а содержание сводится к предписаниям, которые представляют собой «руководство» действиями адресатов, инициируемое вышестоящим уполномоченным лицом. Основным средством выражения волеизъявления является конструкция: «перформатив + инфинитив» (например, *приказываю создать*). В дипломатической сфере деятельность представлена как сотрудничество, поэтому в жанре «международный договор» волеизъявление реализуется посредством «объявления (обязательств)», а со-

держание сводится к представлению результатов совместных действий. В жанре «международный договор», как и в жанре «закон», используются лексические единицы с понятийной семой волеизъявления (*право, обязуется*) и волеизъявительные грамматические конструкции, например: «имеет право + инфинитив» (*имеет право выйти, имеет право обратиться*), при этом список инфинитивов ограничен глаголами, обозначающими типичные односторонние действия субъектов международных отношений. Это такие глаголы, как *входить, выйти, запрашивать, обратиться, прекратить, принимать, участвовать*.

На уровне языкового оформления высказывания коммуникативно-прагматическое значение реализуется через отбор языковых средств, обозначающих адресата и выражающих адресатные отношения, и через организацию языковых средств, актуализирующих значение адресованности, в особую речевую структуру.

В репертуаре исследуемых официально-деловых жанров предписания были выделены три группы средств, с разной степенью интенсивности выражающих значение адресованности:

- специальное, или специализированное средство представления значения адресованности, организующее, актуализирующее и оформляющее значение адресованности, — перформатив (представленный глаголом или его особой формой);
- «активные» средства (слова и конструкции с модальным значением), выражающие направленность высказывания «наружу» как волеизъявление;
- неспециальные средства (существительные и местоимения со значением «лицо»), обозначающие адресата, т. е. указывающие на вектор направленности высказывания.

Исследование особенностей отбора и функционирования разноуровневых языковых средств и специфики их организации в жанрах «закон», «приказ», «международный договор» подтвердило предположение о существовании в официально-деловых жанрах предписания языковых средств, специально предназначенных для выражения значения адресованности. Специализированным средством организации значения адресованности в жанрах предписания является перформатив, выбор лексико-грамматической формы которого зависит от вида ситуации адресатности (от особенностей адресата и адресатных отношений). В функции перформатива в каждом жанре выступает определенный глагол (редко его особая форма): в жанре «закон» функционирует глагол в форме 1 лица множественного числа настоящего

времени (настоящее вневременное) «принимаем» (в конституции) или особая форма глагола — краткое причастие прошедшего времени «принят» (в кодексе); в жанре «приказ» функционирует глагол в форме 1 лица единственного числа настоящего времени (настоящее предписания) «приказываю», который указывает на единоличную волю субъекта, направленную на иных субъектов коммуникативной ситуации; в жанре «международный договор» функционирует глагол в форме множественного числа прошедшего времени (значение прошедшего результативного) «договорились / согласились», которые оформляют достижение взаимного согласия между коммуникантами о выполнении или невыполнении определенных, оговоренных ранее действий.

В жанрах предписания различных сфер официально-делового письменного общения существует особый способ организации языковых единиц в речевую структуру жанра, которой реализуется направленность высказывания «наружу»: «перформатив + зависимые от него дополнения или отдельные высказывания. Первый компонент в жанрах предписа-

ния является вербально-постоянным и представлен в жанрах предписания жанрообразующими глаголами. Глаголы («принимаем», «приказываю», «договорились / согласились») выражают действия, осуществляемые адресантом, но не указывают на действия, которые должен совершить адресат, поэтому такие глаголы требуют обязательного употребления при них конструкций, содержащих предписания адресату(ам). Второй компонент в речевой структуре — зависимый, вербально-переменный. Вербально-переменные компоненты представляют собой части высказывания, оформляемые отдельными пунктами (или статьями) документа, количество, содержание и структура которых зависит от конкретного высказывания.

Литература

1. Чаплыгина И. Д. Ты-категория: семантика и структура: Монография. Петропавловск-Камчатский, 2003.
2. Языковые средства выражения значения адресованности в современной русской речи / Под общ. ред. И. Д. Чаплыгиной. Петропавловск-Камчатский, 2008.

К основам лингвоперсонологии вторичного текста*

Н. В. Мельник

Кемеровский государственный университет

saikova@mail.ru

Лингвоперсонология русского языка, текст как персонотекст, языковая личность

Summary. In the report the status of the text lingvopersonology as the science discipline is proved.

Лингвоперсонология — интегрированная область научного знания, объектом которой выступает языковая личность. Внутри нее выделяется два направления: **персонология** в лингвистическом измерении и **лингвистика** в персонологическом измерении [2], их отличия заключаются в выборе предмета изучения, в первом случае внимание исследователей сконцентрировано на личности, во втором — предметом исследования являются лингвистические категории.

В рамках последнего направления выделяется **лингвоперсонология текста**, объектом которой, как, впрочем, и множества других дисциплин: теории текста, лингвистики текста — является текст, но именно здесь он выступает как персонотекст, то есть текст, репрезентирующий свойства языковой личности автора и / или адресата, а потому можно говорить о специфическом предмете данной отрасли знания. В качестве материала исследования используется вторичный текст, который предстает как зеркало видения языковой личности, так как позволяет сопоставить множество разнообразных репродуцированных текстов с первичным, послужившим основой, базой для создания новых. Вариативность вторичных текстов — свидетельство качественно-разнообразия языковой способности создающих их языковых личностей. С одной стороны, мы имеем дело с разным деривационным потенциалом языковых единиц, предполагающим разные варианты его реализации, но с другой — выбор того или иного варианта обусловлен в том числе и человеческим фактором — предпочтением языковой личности. Все это позволяет тексту реализовать свой потенциал деривационного развития, который опредмечивается в появлении множества вторичных текстов.

В связи с преодолением узкого структуралистского понимания вариативности возникает проблема поиска методики описания текстовой вариативности, что приводит к необходимости обращения к категориям антропологистики. Однако более детальное изучение данного вопроса возвращает нас вновь к исследованию языка, в онтологии которого заложены основания для лингвоперсонологического исследования собственно языковых категорий, в том числе и текстовых. Все это созвучно основным положениям научного творчества В. фон Гумбольдта. Высказанные им идеи носят антиномический характер, что позволяет использовать их в качестве методологии как системно-центрических, так и антропоцентрических исследований: в первом случае имеют в виду заложенный в языке потенциал, во втором случае ставят акцент на отождествление духа человека и его языка.

В языке действительно заложен огромный потенциал, но именно он и предоставляет возможность каждому человеку реализовать себя: «Поэтому в каждый момент и в любой период своего развития язык, подобно самой природе, представляется человеку — в отличие от всего уже познанного и продуманного им — неисчерпаемой сокровищницей, в которой дух всегда может открыть что-то еще неведомое, а чувство — всегда по-новому воспринять что-то еще не прочувствованное» [3: 82]. С другой стороны, именно то обстоятельство, что существует множество разнообразных личностей, и позволили языку этот потенциал накопить: «В том, как язык видоизменяется в устах каждого индивида, проявляется, вопреки описанному выше богатству языка, власть человека над ним» [3: 84]. Все это позволяет говорить о новом течении внутри системно-структурной лингвистики, которое можно обозначить как **неоструктурализм**.

Вышесказанное вписывается в гипотезу лингвоперсонологического функционирования языка Н. Д. Голева («...принципы устройства ментально-психологического пространства и принципы системного устройства языка коррелятивны между собой»). Один из вариантов гипотезы предполагает возможность лингвоперсонологической интерпретации свойств языка: «Язык устроен так, а не иначе еще и потому, что он обслуживает разные типы языковой личности (носителей разных вариантов языковой способности)» [1: 22], то есть «в языке как системно-структурном образовании происходит своеобразная онтологизация различий психо- и социокоммуникативных типов личности» [1: 22]. Ее проекция в область лингвоперсонологии текста позволяет понять субъективную природу текстовой вариативности.

В рамках лингвоперсонологии текста формируется свой понятийно-терминологический аппарат. Дадим определение некоторым основным понятиям, которые вписываются в современную антропологическую парадигму.

Персонотекст — текст в аспекте проявления в нем свойств языковой личности автора и / или адресата.

Лингвоперсонома — абстрактная единица, совокупность персоноразличительных признаков, единица эмического уровня. Позиции, или условия ее реализации, детерминированы факторами лингвистического и экстралингвистического характера, в рамках развиваемой концепции основными детерминантами являются вариативность языковой способности носителей языка, с одной стороны, и онтологические качества языка как системы — с другой.

* Исследование выполнено при поддержке гранта Президента Российской Федерации МК-2724.2008.6.

Лингвоперсона — конкретная реализация лингвоперсоны в речи (тексте), языковая личность автора и / или адресата, реконструированная с помощью языковых средств на базе созданных ею речевых произведений — текстов, единица этического уровня. **Тип лингвоперсоны** — типизированный вариант реализации лингвоперсоны в тексте, в котором актуализируются или нейтрализуются персонально-различительные признаки.

Тенденция к персонализации — тенденция к проявленности свойств личности, **тенденция к деперсонализации** — тенденция к нивелированию свойств личности, частным случаем реализации последней является типизация лингвоперсон. Данные тенденции действуют как на уровне текстопорождения, так и на уровне текстовосприятия, в результате чего можно говорить о **персонализованной / деперсонализованной** (то есть проявляющей или не проявляющей свою индивидуальность при производстве речевых произведений) и **персонализирующей / деперсонализирующей** (то

есть способной или не способной к идентификации других лингвоперсон) языковой личности.

Вписанность в современную лингвистическую парадигму, наличие собственного предмета исследования, формирование понятийно-терминологического аппарата, разработка методик лингвоперсоналогического анализа текста позволяют говорить о научном статусе **лингвоперсоналогии текста**.

Литература

1. *Голев Н. Д.* Лингвоперсоналогическая гипотеза языка // Лингвоперсоналогия: типы языковых личностей и личностно-ориентированное обучение: монография / Под ред. Н. Д. Голева, Н. В. Сайковой, Э. П. Хомич. Барнаул; Кемерово, 2006. С. 20–28.
2. *Голев Н. Д., Сайкова Н. В.* Лингвоперсоналогия: проблемы и перспективы // Вопросы лингвоперсоналогии: Межвузовский сборник научных трудов. Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. Ч. 1. Барнаул, 2007. С. 7–12.
3. *Гумбольдт В., фон.* Избранные труды по языкознанию. М., 2001.

О некоторых чертах диалогичности современного публицистического текста

Т. А. Миронова

Восточноукраинский национальный университет им. В. Даля (Луганск, Украина)

tam-5@yandex.ru

Публицистический текст, диалогичность, адресованная речь, прецедентность

Summary. The paper describes different linguistic and compositional methods of creating the dialogue in the modern journalistic text.

1. Диалогический характер современных газетно-журнальных текстов является общепризнанным и объясняется основными тенденциями развития информационного пространства, в котором усилено личностноориентированное начало, актуализированы акценты адресант-адресат. В научной традиции, вслед за М. М. Бахтиным, существует узкое и широкое понимание диалогичности, т. е. реальный диалог как простая и классическая форма речевого общения и диалогические отношения между текстами и внутри текста. За основы взяты концепции, сформулированные в разный период в работах М. Бахтина, Р. Якобсона, Ю. Кристевой, И. Ковтуновой и др. Были рассмотрены особенности диалогичности современного публицистического текста на материале ежемесячного всеукраинского журнала «Телекритика» (далее — ТК) за 2007–2009 годы.

2. Очевидно, что в различных жанрах публицистических текстов в разной степени представлены те или иные признаки диалогичности, что позволяет их разместить на своеобразной типологической шкале, с одной стороны которой — интервью как наиболее формализованный в диалогическом отношении текст, а с другой — аналитические тексты как формально монологические. На этой шкале особое место занимают вступительные журнальные статьи с традиционным названием «Слово редактора». Такое положение на шкале диалогичности определяется спецификой коммуникативной установки, которая носит в данном случае двуправленный характер. «Слово редактора» — это текст, который является реакцией на другие тексты, опубликованные в данном номере, репликой по отношению к другим авторам и текстам. Одновременно — это и апелляция к читателю, направленность на адресата. Эти два вектора тесно взаимодействуют.

3. Сформулированное М. М. Бахтиным узкое и широкое понимание диалогичности позволяет выделить две разновидности диалогичных отношений в текстах «Слов».

Первая разновидность — имитация реального первичного диалога. Участники диалога — это редактор и читатель / читатели. Субъект речи известен по имени, характеризуется индивидуальной манерой речи, но одновременно и значительной долей обобщенности, так как выражает позицию коллектива редакции. Удачное соединение личностного и собирательного начала в текстах вступительных статей делает их выразительными и яркими. Другой участник коммуникативного процесса — адресат — в текстах «Слов» отличается обобщенным характером, это заинтересованный, владеющий специальной информацией, образованный читатель, что позволяет интимизировать диалог, опираться на общие фоновые знания. Среди языковых приемов адресованности речи были выделены формы 1-го и 2-го лица, обращения, повелительное наклонение и др. (см. о специфике

функционирования форм речевого общения в поэтических текстах в исследованиях И. И. Ковтуновой).

Вторая разновидность диалогических отношений, которую М. М. Бахтин трактует как широкое понимание диалогичности, — это более глубокое взаимодействие между текстами, между адресатом и адресантом. Сюда относятся неоднородные по своей природе и композиционной организации приемы, которые разделяются на две группы.

К первой группе можно отнести разнообразные экспрессивные лингвистические средства, которые призваны удерживать внимание собеседника, вовлечь его в проблематику. Среди наиболее эффективных явлений разных языковых уровней здесь можно назвать: единичные вопросы; вопросно-ответные структуры; цепь риторических вопросов; смену стилевых регистров. Все эти приемы хорошо известны и описаны в специальной литературе как выразительные. Для нас важно, что в речи автора они актуализируют позицию говорящего, а сильная оценочность провоцирует необходимость ответной реакции, согласия / несогласия, принятия / неприятия позиции автора.

Ко второй группе сигналов сложных диалогических отношений были отнесены явления интертекстуальности и полифонии — явления межтекстового, межличностного, межкультурного взаимодействия в трактовке М. Бахтина и Ю. Кристевой. Идея описывать текст «как место пересечения текстовых плоскостей, как диалог различных видов письма — самого писателя, получателя (персонажа) и, наконец, письма, образованного нынешним или предшествующим культурным контекстом» (Ю. Кристева) оказалась конструктивной для анализа публицистического текста. Смысловая наполненность публицистического текста не в последнюю очередь создается за счет соотношения и взаимодействия с другими текстами информационного и культурного пространства. Феномены интертекстуальности, наблюдаемые в современной прессе, разнообразны. В текстах «Слов» были выделены как наиболее активные такие прецедентные явления: прецедентные тексты и ситуации, фразеологические обороты, «чужое слово», вводимое разными способами.

4. Особая коммуникативная установка вступительных статей, совмещающая в себе направленность на адресата и «реплику»-реакцию на другие публикации, других авторов конкретного номера журнала, способствует реализации диалогических отношений в текстах «Слов». Узкое и широкое понимание диалогичности, по М. М. Бахтину, характеризуется разнообразным набором сигналов и маркеров. Инвентарь средств диалогичности в узком смысле достаточно ограничен и хорошо описан в лингвистической литературе (см. работы И. И. Ковтуновой). Перспективы изучения данной проблемы состоят в исследовании средств реализации

диалогических отношений в широком смысле, т. к. диапазон связей смыслов, текстов, культур неисчерпаем. Подобный подход даст возможность для типологизации современных публицистических текстов по соотношению в них формальной и реальной диалогичности. Важно при этом выделить «нулевые» по диалогичности тексты, с низкой долей информативности, т. е. те тексты, которые не приводят к порождению нового смысла, к появлению нового знания, к приятию / неприятию другого мнения — к пониманию, которое «всегда в какой-то мере диалогично» (М. Бахтин).

1. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. М., 1979.
2. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1986.
3. Бахтин М. М. Проблемы текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа // Бахтин М. М. Литературно-критические статьи. М., 1986.
4. Ковтунова И. И. Поэтический синтаксис. М., 1986.
5. Кристева Ю. Слово, диалог и роман // Кристева Ю. Избр. труды: Разрушение поэтики. М., 2004. С. 165–193.

Типы пространств как единицы формирования текстов разной функциональной природы

О. В. Мякшева

Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского

myakshev@mail.ru

Пространственная семантика, типы пространств как текстовые единицы, сфера и среда общения

Summary. The report is devoted to the exposure of the linguistic means with spatial semantics application mechanisms within the texts of different functional nature (massmedia, informal, scientific, artistic). It is proved that the spatial picture of the world is made of complicated interweaving manifestations of the spaces types as texts' units, it is affirmed that the analysis of such interweaving exposes the usage of spatial sense specificity and uncovers the objectives and the tasks of text creating to a certain extent.

Одним из инструментов анализа текста с целью выяснения его смыслопорождающих способностей являются, на наш взгляд, текстовые единицы речи — типы пространств (реальное пространство события, концептуальное пространство, пространства контактного и ассоциативного фона события), выявленные на основе их роли как в способе отражения действительности, ее интерпретации, так и в способе формирования текста. Под **реальным пространством события** понимаются манифестации ориентации человека и предметов, актуальных для его ориентации, которые являются зримыми и необходимыми компонентами отображаемой ситуации, под **пространством контактного фона реального события** — манифестации ориентации, которые являются зримыми компонентами ситуаций, привлекаемых автором в связи с целеустановкой текста, под **концептуальным пространством** — манифестации ориентации человека и предметов (чаще — умозрительных сущностей), которые существуют в ментальной сфере его деятельности, эти характеристики вторичны, они «списаны» с опыта реальной ориентации. **Пространство ассоциативного фона события** тесно связано с воздействующей функцией языка: являясь продуктом вторичного лингвосомиозиса, оно вводится в текст в первую очередь из-за коннотативной ауры компонентов, существующих в нем или образуемых в результате «смены» денотата. В предложении *Визит на Псковскую улицу в Москве, к новому зданию Верховного суда Владимир Путин сделал после того, как возложил цветы к Могиле Неизвестного солдата* (Росс. газ., 23.06.06) первая пространственная номинация характеризуется нами как манифестация пространства реального события, вторая — как манифестация контактного фона реального события. В предложении из научного текста *Анализ когнитивных механизмов образования метафоры позволяет расширить рамки языковой семантики и выйти в область экстралингвистики* иллюстрируется концептуальное пространство, а в предложении *Наше будущее: топливная империя или кочегарка Европы* — ассоциативного фона события (Известия, 17.01.06).

Опора на разграничение типов пространств и анализ с этой точки зрения материала исследования позволяют утверждать, что пространственная семантика активно используется в текстах всех исследуемых функциональных разновидностей языка, однако по-разному и во многом специфично в каждой из них. При этом одни и те же средства могут манифестировать разные типы пространств и выполнять разные текстовые задачи.

Постулируемая в современной лингвистике идея антропоцентризма языка в отношении выражения пространства проявляет себя и в словаре, и в каждой сфере общения. Словарь способен дать суммированный и усредненный, «вертикальный» вариант роли человека в формировании картины мира, «расчленение» же представления о «человеческом участии» в использовании пространственной семантики в стилизовом, функциональном, «горизонтальном» аспекте по-

зволяет увидеть разные стороны этого участия. Сфера общения, то есть принадлежность к той или иной области жизнедеятельности людей, и среда, естественный ограничитель и одновременно проводник коммуникативной заданности (объем терминов сфера и среда в понимании В. Г. Костомарова [5]), взаимодействуя, демонстрируют способы обязательного выражения антропоцентризма в текстопорождении, основными из которых являются: 1) решение прагматических задач ориентации человека в окружающей его действительности, 2) использование этой семантики в связи с имеющимся у нее потенциалом выразительных возможностей и оценочных последствий при употреблении, 3) применение опыта реальной ориентации для создания метаязыка отвлеченных размышлений.

Специфика использования пространственной семантики в СМИ заключается в сложном переплетении манифестаций всех четырех типов пространств, что позволяет адресанту «контролировать» смыслопорождение. Этот контроль, в частности, демонстрируется ролью манифестаций пространства контактного фона события, а также выразительными (интерпретируемыми, эмоционально-содержательными) возможностями манифестаций ассоциативного фона. Потребности среды диктуют необходимость выбирать из языковых ресурсов выражения пространственного смысла такие, которые создадут нужную автору картину реальности.

В разговорной речи абсолютно преобладают манифестации реального пространства. Специфика выражения пространственного смысла в ней обусловлена экстралингвистическими факторами проявления разговорной речи, приводящими к «короткой связи» между сферой и средой, что выражается, в частности, в специфическом преломлении конструктивно-стилевых векторов непосредственности, ситуативности, личностности и экспрессивности общения.

Соотношение сферы и среды в отношении к телевизионной речи, особенно ток-шоу, проявляет себя «в конфликте» между сферой и средой. Этот конфликт формируется естественно (вследствие проявления в ней некоторых элементов живого общения) и создается искусственно, намеренно (для поддержания внимания аудитории и влияния на нее).

В научной речи, что вполне естественно, абсолютно доминирует концептуальное пространство, в художественной манифестации выделенных типов используются в эстетически преломленном варианте, что позволяет считать художественное пространство пространством ассоциативного фона художественного (эстетического) события. Научная и художественная речь, с одной стороны, кардинально противопоставлены с точки зрения способа использования пространственной семантики: научная — копирует опыт реальной пространственной ориентации, опираясь на кодифицированные языковые формы ее выражения для построения и передачи умозрительных концепций; художественная — использует эти языковые ресурсы как источник творческого переосмысления для выражения эстетических задач. С дру-

Литература

1. Алефиренко Н. Ф. Поэтическая энергия слова. Синергетика языка, сознания и культуры. М., 2002.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М., 1999.
3. Всеволодова М. В. Теория функционально-коммуникативного синтаксиса. М., 2000.
4. Гак В. Г. Языковые преобразования. М., 1998.
5. Кожина М. Н. Размышления над вопросом о соотношении функциональной стилистики и дискурсных исследований (с речеведческих позиций) // Stylistyka. 2005. XIV.
5. Костомаров В. Г. Наш язык в действии. М., 2005.
6. Логический анализ языка. Языки пространств / Отв. ред. Н. Д. Арутюнова, И. Б. Левонтина. М., 2000.
7. Маковский М. М. К онтогенезу языковых процессов // Язык как материя смысла: Сб. статей к 90-летию академика Н. Ю. Шведовой. М., 2007.

К вопросу о языке и стиле нормативно-правовых документов

Т. А. Налимова

Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна

t.a.nalimova@mail.ru

Язык документов, нарушения нормы, типы ошибок, причины ошибок

Summary. In the report different types of mistakes in the lawdocuments and the causes of theirs analyzet. They represent breaches norms in language and specific norms of the official stile.

Язык нормативно-правовых документов (распоряжений, постановлений, законов и т. д.) относится к такой разновидности официально-делового стиля, как законодательный подстиль. Документам, составленным в жанрах данного подстиля, должны быть присущи такие качества, как точность, однозначность, ясность. Все эти качества достигаются особым для данного стиля отбором лексических средств и синтаксических конструкций. Неправильное словоупотребление может повлечь неправильное истолкование, в результате чего документ может утратить свою основную функцию — долженствующе-предписывающую.

К сожалению, наблюдения показывают, что язык документов не всегда соответствует перечисленным выше требованиям. Это в определенной степени объясняется тем, что тот, кто занимается составлением документов, недостаточно подготовлен к этому роду деятельности. Если уровень правовой культуры специалиста в данном случае не подвергается сомнению, то об уровне владения культурой письменной речи, под которой, как известно, понимается мотивированное употребление языкового материала, использование языковых средств, оптимальных для достижения коммуникативных задач в определенной ситуации общения, следует сказать особо. Именно от уровня владения речевой культурой во многом зависит эффективность выполнения должностным лицом его высокой общественной функции. Небрежно, некорректно с языковой точки зрения составленный текст документа способен уронить престиж законодательных органов в глазах граждан.

Случается, что тексты правовых документов (в частности, решений, постановлений и др.) составляются не юристами-профессионалами, а обычными чиновниками, а юристами только визируются. Профессиональный долг юриста — внимательно проверить корректность формулировок документа как с правовой точки зрения, так и с языковой. В стандартном тексте документа для выражения точности правовых отношений нередко используются устойчивые выражения терминологического (юридического) характера. Точность их употребления обеспечивает информативную точность всего документа. «Трудно назвать какую-либо другую область общественной жизни, где неточность слова, разрыв между мыслью и словом были бы чреваты такими иногда тяжелыми последствиями, как в области права. — Неточное слово в праве — большое социальное зло. Оно создает почву... для произвола и беззакония», — писал А. А. Ушаков.

В проанализированных нами текстах законов, постановлений и распоряжений администрации Санкт-Петербурга (1999–2007 гг.) были выявлены многочисленные нарушения языковой нормы. Остановимся на некоторых из них.

Часть из них связаны с неточностью употребления устойчивых выражений, за которыми в юридической практике закреплены конкретные правовые понятия. Так, в тексте

постановления читаем: *В основу региональной политики на новом этапе реализации государственной целевой программы «Жилище» положить переход на новый тип улучшения жилищных условий для семей со скромным и средним достатком...* (выделено нами. — Т. Н.), где понятие *достатком* подменяется некорректным с правовой точки зрения понятием *достаток*. Возникшее словосочетание *скромный достаток* не имеет определения как юридическое понятие, а потому вся фраза не может считаться корректной.

Речевые ошибки в документах нередко связаны с нарушением грамматических норм. Так, в предложении *В целях более правового звучания ранее принятого постановления Муниципальный совет на заседании постановил...* сравнительная степень образована от относительного прилагательного. Нередко встречаются ошибки в управлении: *Уточнить планы мероприятий по усилению режима безопасности и предотвращению возможных террористических актов. Лиц, ответственных за выполнение указанных планов, отдать приказом.*

Распространенная ошибка связана с нарушением стилистических норм. Так, в тексте документа *Правительство России одобрило основные принципы концепции реформирования системы оплаты труда бюджетников. Зарплаты подтянут к минимуму* глагол *подтянут* и существительное *бюджетники* имеют стилистически сниженную окраску, что нежелательно в тексте официального документа.

Довольно распространены логические ошибки, которые проявляются в результате пропуска того или иного слова в предложении. В этом случае рядом оказываются два не соединимых по смыслу понятия, что может привести к нежелательной ситуации — комическому восприятию официального документа. Например, в перечне мероприятий из рабочей медицинской программы «Профилактика диабета и его осложнений на 2001–2005 гг.» читаем: *День диабета; ...улучшение практического руководства диабетом*, где пропуск уточняющих понятий *профилактика* в первом случае и *большими диабетом* — во втором приводит к логическим нарушениям. Нелогичными с точки зрения здравого смысла представляются формулировки из приказа *Об утверждении примерного договора о снабжении тепловой энергией в холодной воде* и федерального закона *Негативное воздействие на окружающую среду является платным*.

К нарушению норм словоупотребления приводит подмена одного понятия другим, иногда противоположным по смыслу: *Требования к санитарно-гигиеническим правилам, предусматривающим занос и заражение гонореей в детских дошкольных учреждениях, детских больницах, санаториях, родильных домах.* В данном случае вместо слов *предупреждающим* (или *препятствующим*) используется причастие *предусматривающим*, что противоречит смыслу всей фразы.

Тавтология в нейтральном стиле речи считается недостатком, проявлением бедности речи, в то время как в деловых документах она может считаться оправданной, если используется для обозначения разных логико-понятийных категорий. Например: *Обвинительное заключение по делу Ивановой И. К., обвиняемой в совершении преступления...* Все же нагромождение одного и того же словосочетания в документе может сделать смысл всей фразы неясной, запутанной: *Дома временного проживания предназначены для временного проживания граждан, проживающих в доме, включенном в состав домов временного проживания.*

Важную смысловую нагрузку в языке официальных документов несет порядок слов. Точный выбор позиции для каждого члена фразы позволил бы избежать формулировок

типа: *Об утверждении персонального состава межведомственной комиссии по проблеме профилактики бездомности территориального управления.*

Таким образом, составители документов должны ориентироваться прежде всего на общеязыковые нормы, а также нормы, принятые в официально-деловом стиле речи. Кроме того, им не должен изменять здравый смысл и языковое чутье, поскольку в текстах нормативно-правовых документов содержится официальная правовая информация, предназначенная для опубликования, а значит — для всех граждан, желающих точно, без искажений понять смысл документа.

Литература

1. Ивакина Н. Н. Профессиональная речь юриста: Учебное пособие. М., 1997.

К вопросу о типологизации радиотекстов*

Н. Г. Нестерова

Томский государственный университет

nesterovatomsk@rambler.ru

Радиодискурс, радиотекст, типология, коммуникативно-прагматический подход

Summary. The subject of the research is radiospeech in the aspect of the principles of its typologization.

Объектом данного исследования выступает радиодискурс. Методологическую основу его изучения составляет коммуникативно-прагматический подход, который позволяет оценить радиодискурс как форму взаимодействия между коммуникантами. В качестве одной из формальных особенностей радиодискурса расценивается его непрерывность, неконечность: с точки зрения структурной организации радиодискурс состоит из множества текстов, ориентированных на различные типы коммуникации — радиотексты.

Под радиотекстом в настоящем исследовании понимается совокупность характеризующихся целостностью и завершенностью автономных вербальных текстов, минимальных текстовых единиц радиодискурса — микротекстов, к числу которых относятся, например: программа по заявкам радиослушателей, включающая реплики ведущего, диалоги и музыкальные композиции; аналитическая программа с гостем в студии; рекламные блоки; информационные сообщения разных типов и т. п. Такой подход мотивирует восприятие радиотекста как макротекста, который представляет собой в смысловом и структурном отношении связанную последовательность знаковых единиц, состоящую из микротекстов. Отмеченная особенность радиотекста может быть квалифицирована как «политекстуальность» (А. Г. Лошаков) или как «гиперинтертекстуальность». При этом цельность является конститутивным компонентом не только микротекста, но и макротекста, обеспечивая его коммуникативно-смысловую целостность. Как важнейший фактор целостности текста оценивается его коммуникативная апелляция к целевой аудитории.

За структурную единицу, организующую радиодискурс, считаем возможным принять эфирный час как макротекст, имеющий четко очерченные границы и определенную, регламентированную временными рамками структуру, характеризующийся совокупностью целей и задач. Для радиотекста релевантно такое понимание текста при котором его смысл не сводится только к воплощенному авторскому замыслу (Ю. М. Лотман), то есть текст квалифицируется как генератор новых смыслов и становится равноправным участником общения. В этом смысле субъектами текстовой деятельности являются и адресат, и адресант. Разные включенные в макротекст микротексты апеллируют к сознанию и чувствам адресата, так или иначе влияют на его эмоциональную сферу, побуждают к интеллектуальным или иным действиям.

Типологическая классификация радиотекстов может быть представлена с учетом многочисленных оснований (или части из них), лежащих в разных плоскостях, так или иначе связанных с коммуникативно-прагматическими условиями порождения макро — и микротекстов и их взаимодействия. Многие специфические особенности радиотекста могут стать типологическими основаниями при их анализе.

Так, динамичность, как признак радиотекста, идет от свойств радиодискурса и связана с его непрерывностью. Ра-

диодискурс, обладая своими специфическими стратегиями дискурсивного развертывания, закономерно переносит их на радиотекст.

Макротекст не проявляет системные свойства каждого из входящих в него микротекстов, и в отдельном микротексте не находят отражение свойства целого. Коммуникативно-прагматические факторы (роль адресанта, установка на адресата, содержательная и стилистическая концепция радиостанции) мотивируют способ распределения и взаимодействия в едином структурно-смысловом пространстве макротекста его разноуровневых составляющих и обеспечивают устойчивость текстовой системы в условиях радиокоммуникации.

Макротекст при определенной устойчивости допускает некоторую структурную вариативность и в силу структурной пестроты открыт для множества подходов и интерпретаций его составляющих с точки зрения структурной организации и смыслового наполнения.

Радиотекст — это нелинейное, многоуровневое, полижанровое и полистилистическое образование. Первые два признака взаимосвязаны и обусловлены «гиперинтертекстуальностью» радиотекста; два других, также взаимосвязанных, являются результатом взаимодействия речевых структур разных журналистских и речевых жанров. Так, информационное вещание, авторские информационно-аналитические программы, информационно-развлекательные программы определяют варианты речевого поведения их участников и наличие / отсутствие или объем фатического компонента в коммуникации.

Тип взаимодействия между коммуникантами проявляется в том, что опосредованное, дистантное, или непосредственное общение в ситуации устной интеракции продуцируют монолог или диалог соответственно, разные же типы текстов создаются посредством свойственных им средств языка. Кроме того, в качестве типологически значимого можно оценить и количественный состав авторов как условие для создания авторских или коллективно-авторских текстов.

Стратегическая цель радиостанции определяет концептуальное содержание коммуникации, статус и ценностно-смысловые позиции ведущих и других участников коммуникации как субъектов текстовой деятельности. Этот фактор тесно связан со способами языкового воплощения радиотекстов.

Общие и различные особенности референта и кода макротекста и микротекста способствуют дифференциации их специфики и выявлению характера структурного и смыслового сцепления последних (например, разного рода скрепы, маркеры удержания внимания); позволяют выявить механизмы и «правила» организации микротекстов устойчивой структуры и тактики организации целостности радиотекста.

Сопоставительный критерий дает возможность выявить коммуникативно-прагматическую и жанровую специфику

* Исследование выполняется в рамках ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы.

региональных радиотекстов на фоне общероссийских. Плодотворными видятся также сравнительные исследования, направленные на изучение влияния глобализации на медиадискурс, и радиодискурс в частности.

Критерий однотипности / неоднотипности структурирования радиотекста связан с их подготовленностью и спонтанностью (ср. рекламные сообщения, прогноз погоды, сообщение о точном времени и монологические / диалогические высказывания, рождающиеся в прямом эфире). Указанный критерий позволяет проанализировать и оценить механизмы создания речевого высказывания и степень их креативности.

Фактор «прагматической пресуппозиции» (Л. М. Макаров) позволяет с точки зрения адресата рассматривать степень ожидаемости повторяющихся и неповторяющихся текстов, оценку их в аспекте успешности / неуспешности с учетом различных критериев, в том числе связанных с разным

уровнем понимания и восприятия. Последнее связано, в частности, с типом и жанровым своеобразием текста (к примеру, авторские аналитические программы, как правило, требуют подготовленного слушателя).

В качестве основания для типологизации можно расценить дифференциацию признаков радиотекста на вербальные и медийные. Такой подход обусловлен представлением о языке масс-медиа, под которым, в широком понимании, подразумевается совокупность всех возможных средств выражения смысла в процессе массовой коммуникации (слово, звук, картинка), в узком понимании — вербальный язык, используемый при производстве письменных и устных текстов средств массовой коммуникации (Т. Г. Добросклонская).

Предложенный перечень оснований для типологизации радиотекстов мы не считаем конечным: даже только при коммуникативно-прагматическом подходе к комплексному описанию радиодискурса он может быть расширен.

Динамика речевого стандарта современной публичной коммуникации и кодификационная практика*

Г. П. Нешиченко

Институт славяноведения РАН (Москва)

the123@mail.ru, ritlen@mail.ru

Публичная коммуникация, динамика развития, кодификация

Summary. In the report some actual problems of modern public communications are mentioned.

1. Публичная коммуникация относится к сфере репрезентативного употребления языка. Речь идет о социально значимой, престижной сфере языкового употребления **общеэтнического** масштаба. Главенствующую роль в ее вербальном обеспечении традиционно играет литературный язык в письменной, а ныне чаще всего **устной** реализации. Его употребление поддерживается как регламентирующими установками языковой политики, так и устойчивыми представлениями членов социума о речевом этикете этой коммуникативной сферы. Востребованность именно литературного языка обусловлена также тем, что на данном этапе существования этноса именно он является единственной **общеэтнической** языковой манифестацией.

2. Речевое поведение в названной сфере является **регулируемым** ([1]; [2]; [3]), предполагающим использование двух видов речевой коррекции: а) внешней цензуры, осуществляемой языковыми редакторами, стилистами и пр., с учетом предписаний действующей кодификации; б) автоцензуры, т. е. коррекции, осуществляемой самим коммуникантом сообразно уровню его языковой компетенции. Совокупное применение данных регуляторов важно для создания корректного в вербальном отношении текста.

3. Для эволюции речевого узуса публичной коммуникации период конца XX — начала XXI в. особенно значим, так как в это время происходит пересмотр речевых стандартов, речевого этикета, что влияет на развитие языковой ситуации в целом. Динамические сдвиги, наблюдаемые в языке современной публичной коммуникации и в частности в медийном узусе, чаще всего носят **конвергентный** характер. Это обусловлено действием сходных, весьма мощных экстралингвистических факторов, вызывающих адекватную языковую рефлексию. Однако наличие конвергентных тенденций еще не означает полной идентичности вербальной реализации экстралингвистических импульсов, поскольку их действие корректируется естественными «ограничителями», заложенными в языковой системе, спецификой условий бытования этнических общностей, различием скорости протекания сходных процессов в разных языках. Особенно важным представляется использование во второй половине XX в. новых информационных технологий, способствовавших расширению и качественному изменению каналов коммуникативной связи, ускоренному прохождению по ним информационного потока, развитию мощных интеграционных процессов. Использование глобальных компьютерных сетей облегчает межкультурное и межязыковое взаимодействие этносов. Бесспорным достижением является и установление **мгновенного общеэтнического** (и даже межэтнического)

вербального контакта в совокупности с **активной интеракцией** с адресатом. В начале XXI в. появился и **новый жанр** СМИ, в частности некоторые интернет-издания (например, «Живой журнал» и пр.), функционирующие как альтернативные, менее цензурируемые и более оперативные источники массовой информации, востребованные широкими кругами пользователей Интернета.

4. К важным событиям этого времени относится **изменение статуса** речевого узуса публичной коммуникации, особенно языка СМИ, который стал эталоном, нормативной основой литературного языка, потеснив в этой функции тексты художественной литературы. Постепенное ослабление влияния художественных текстов на формирование литературной нормы в современных литературных языках отмечает А. Едличка: [4: 61]. В силу своей речевой специфики узус СМИ отражает новые тенденции в развитии языковой ситуации, фиксирует болевые точки, которые следует учитывать при выстраивании приоритетов культурно-языковой политики. В их число входит, например, проблема заимствований, причем как **межязыковых** (наплыв иноязыковых включений, прежде всего англицизмов), так и **внутриязыковых**. В последнем случае имеется в виду массивное «вторжение» разговорной стихии в различную ее реализацию, включая и жаргоны и сленги. Нельзя игнорировать внутреннюю противоречивость языка СМИ, одновременно сочетающего такие противоположные качества как динамичность и консерватизм, эталонность и зависимость от речевых предпочтений своего времени, в том числе модных стереотипов, вкусовых пристрастий, клише и пр. Столкновение противоположных тенденций хотя и предопределяет некоторую лабильность медийного узуса и связанную с этим зыбкость и проницаемость границ литературного языка; однако это является и мощным импульсом в развитии языкового обеспечения данного вида общеэтнического общения.

5. Так или иначе, к началу XX в. язык СМИ со всеми его достоинствами и недостатками, становится **эталонным**, нормотворческим фактором, влияющим не только на формирование нормы современного литературного языка, но и на уровень этнической языковой культуры в целом. Это ведет к смене речевых стандартов, речевого этикета. Подобный слом традиции нередко вызывает обостренную реакцию социума, создавая предпосылки для возникновения потенциальных конфликтов и дискуссий. Особенно болезненно воспринимается внесение изменений в действующую кодификацию литературного языка. По нашему мнению, кодификация должна основываться на триединстве: **система, норма, узус**. Следует проявлять осмотрительность при

* Исследование проводилось при финансовой поддержке РГНФ проект № №08–04–00050а.

включении в кодификацию всех новаций, фиксируемых в современной публичной или же профессиональной, по своей сущности, **корпоративной**, а не общезначимой речи. Являясь составной частью языковой политики, кодификация, обобщает современный узус, одновременно намечая перспективы развития речевой культуры социума. Как писал в одной из своих работ чешский ученый М. Докулил, кодификация должна иметь перспективную глубину. Нам представляются преждевременными попытки расширения допустимых границ вариативности литературной нормы, особенно при общем снижении уровня современной речевой культуры, гетерогенности состава пользователей литературного языка, проникновении региональных норм в результате усиленной миграции населения и т. п. Последнее особенно заметно при интерактивности публичной коммуникации, когда широко тиражируются речевые ошибки лиц, не имеющих навыков культивированного общения. Анализ

ошибок, называемых нами **диагностическими** (ср. род лексем *кофе*, разграничение *обоих* и *обеих*, массовые нарушения глагольного управления и пр.), важен для определения перспектив дальнейшего совершенствования кодификации, однако на данном этапе, очевидно, было бы полезнее сосредоточить внимание на поднятии общего уровня речевой культуры.

Литература

1. Нецименко Г. П. Этнический язык. Опыт функциональной дифференциации (на материале сопоставительного изучения славянских языков). München, 1999.
2. Нецименко Г. П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: проблемы, тенденции развития // Вопросы языкознания. 2001. № 1. С. 98–132.
3. Нецименко Г. П. Языковая ситуация в славянских странах. Опыт описания. Анализ концепций. М., 2003.
4. Jedlička A. Spisovný jazyk v současné komunikaci. Praha, 1974.

Проблемы сравнительного анализа поэтических неолексиконов Серебряного века*

В. В. Никульцева

ГОУ ВПО «Московский государственный областной университет»; Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН

severjanin@list.ru

Русский язык, окказиональная лексика, авторские неологизмы, поэтический неолексикон, индивидуально-авторская лексикография

Summary. In this paper approaches and methods for creating neologism vocabularies are described. We carry out the comparative analysis of a vocabulary entry structure in different author's vocabularies. New approaches to the formatting a vocabulary of lexicographical issues of a new type is proposed.

Попытки целостного описания индивидуальных неолексиконов предпринимались Г. О. Винокуром, В. П. Григорьевым, Б. И. Осиповым, Н. П. Колесниковым, Н. Н. Перцовой, О. Г. Ревзиной, А. Humesky, L. Lauwers, R. Vroon и др. Исследователями поэтического языка Серебряного века. В конце XX — начале XXI в. создан ряд словарей, отражающих (в полном объеме или частично) поэтические инновации в семантическом, деривационном, стилистическом и др. аспектах: «Словарь неологизмов В. В. Маяковского» Н. П. Колесникова (Тбилиси, 1991), «Словарь неологизмов Велимира Хлебникова» Н. Н. Перцовой (М.; Вена, 1995), «Словарь поэтического языка Марины Цветаевой» под редакцией проф. О. Г. Ревзиной (М., 1996–2004), «Словарь окказиональной лексики русского футуризма» Д. Б. Масленникова (Уфа, 2000), «Словарь неологизмов Игоря-Северянина» В. В. Никульцевой (М., 2008) и др.

В индивидуально-авторских словарях новообразование подается тем или иным исследователем с учетом специфики идиостиля и творчества поэта в целом. Так, при построении словарной статьи Н. П. Колесников сопровождает заголовочное слово-неологизм словарным толкованием и иллюстрацией его употребления с отсылочным шифром, в необходимых случаях — стилистической пометой, т. е. ограничивается дефиницией и цитацией, напр.: АНГЕЛИЦА — женщина-ангел. [— Ангелицы, / попросту / ответ поэту дайте (7, 11)]. Н. Н. Перцова во введении к словарю указывает на то, что словарная статья интерпретируемого неологизма состоит из 9 рубрик: заглавное слово, возможные варианты словарного вида слова, ударение, адреса словоупотреблений в произведениях Хлебникова и описаний неологизмов в монографиях Р. Вроона и В. П. Григорьева, часть речи, мотивирующее слово, связанные со словом ассоциации, примеры авторского употребления неологизма; напр.: **крылопад** /3/ [ДП-82 167] {ВГ 149} С-м МС: крыло; падать АС: снегопад ◊ (см. *ослада*). Как в «Словаре неологизмов В. В. Маяковского», составленном на базе полного собрания его сочинений, так и в «Словаре неологизмов Велимира Хлебникова», опирающемся на отдельные книги и частично (без цитации) на рукописи В. Хлебникова, индивидуальные инновации не датированы. Автора первого из анализируемых словарей не привлекает анализ структуры и деривации неологизма, его акцентологические характеристики; второй же автор не обращается к толкованию новообразования, оставляя эту проблему открытой.

Д. Б. Масленников строит словарную статью несколько иначе: ее структура включает грамматический коммента-

рий, предполагаемое значение, иллюстративный материал, словообразовательную структуру слова, фиксацию в словарях; напр.: ЮНЕТЬ, -ю, -ешь, НСВ, н. ф. — делаться юным, молодым. ~ В. Ш. «Церковь за оградой...»: *Что юнело и трескало* [Футуристы 1914: 22]. # Афф., суф.: юн(ый) + е(ть). Ср. В. Д.: юнеть (юный) — становиться юным, молодеть, моложаветь на вид (IV, с. 667). В «Словаре окказиональной лексики русского футуризма» содержатся попытки сравнительного анализа идентичных новообразований в неолексиконах поэтов одного литературного направления.

В «Словаре поэтического языка Марины Цветаевой», составленном И. Ю. Беляковой, И. П. Оловянниковой, О. Г. Ревзиной, представлен полный лексикон ее поэтических произведений, в котором новообразования выделены только графически. Как отмечают составители, «цель Словаря — „предоставить читателю материал и свободу“, пробудить в нем творческую активность и не навязывать готовых, неизбежно односторонних решений в толковании слова, в квалификации тропов. Отсюда тактики — отказ от избыточной информации (от грамматических, стилистических помет), гибкость в подаче необходимой информации... наглядность <...>». Словарь содержит ряд погрешностей, связанных с кодификацией неологизмов.

Отличительной особенностью «Словаря неологизмов Игоря-Северянина» В. В. Никульцевой является то, что новообразования Игоря-Северянина представлены в сравнении с аналогичными словами других поэтов Серебряного века, а также с узуальными словами, зафиксированными в исторических и современных словарях. Автор уделяет пристальное внимание изучению процессов полисемии, омонимии и паронимии в сфере индивидуально-авторских и общеязыковых слов, синонимии и антонимии среди авторских неологизмов, что находит отражение в составлении словарных статей. Структура словарной статьи представлена следующими компонентами: лексема (исходная форма неологизма), акцентологические пометы, грамматические пометы, стилистическая и / или экспрессивная помета, лексическое значение, цитата / цитаты с указанием названия и года создания произведения / произведений и отсылочных шифров книг / автографов; способ образования, производящее слово; идентичный неологизм в творчестве другого / других писателя / писателей; толкование другого исследователя, данные других словарей; обращение к языку-источнику мотивирующего слова; синонимы; антонимы. Напр.: **СОЛНЕЧНОСТЬ**, -и, ж., суц. Время, когда светит солнце; утро и

* Статья подготовлена в рамках проекта № 09-04-95589 м / мл, поддержанного Российским гуманитарным научным фондом.

день. Я знал вас в **солнечности**, в лунности, / Гляделся в вашу полыню («Стихи о реках», <1920–1940-е гг.>; ПС 2, с. 3а). Суф. ← солнечный. ☞ Ср. [Иванов 1995, I–192]: ...Обвалили, развели / Ясной **солнечностью** печаль; / Не-рожденных солнцу вставали / За негаданной далью даль («Beethoveniana», <1904?>). ☞ Ср. [Бальмонт 1917, с. 132]: И вот уж лунный ход размеренных сонат, / Как ветр отяжелел набатом благовоний, / Вступает в **солнечность** ликующих симфоний («Два голоса», б. д.). • Ант. лунность*.

Каждое из проанализированных лексикографических изданий является целостным и вместе с тем односторонним, замкнутым исследованием. Проблема функционирования идентичных неологизмов в языке поэзии Серебряного века, затрагиваемая в словарях Д. Б. Масленникова и В. В. Никульцевой, предполагает изучение двух процессов — заим-

— заимствования и параллельного образования слов. Факт наличия идентичных неологизмов в поэтических неологизмах говорит не столько о процессах открытого заимствования удачных слов, сколько о жизнеспособности отдельных неологизмов, построенных по узуальным моделям, хотя не стоит и отрицать возможности взаимовлияния поэтических систем, о чем говорили ранее Н. И. Харджиев, К. Г. Петросов, В. П. Григорьев и др. исследователи поэтического языка начала XX в. и Советской эпохи 20–30-х гг. Для установления авторской принадлежности неологизма необходимы точные и обширные сведения, которые может дать русистике только литературоведение (работа над составлением ПСС и справочников). Эту проблему поможет решить пока только мыслимый в перспективе, многогранный и емкий «Словарь поэтических неологизмов Серебряного века».

О некоторых особенностях структурной организации мемуарных текстов

Н. А. Орлова

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского

nator1@yandex.ru, orlova@omskportal.ru

Мемуарный текст, структурная организация, синтаксическая композиция, мемуарный композитив

Summary. The object of the investigation is the specific of the structural organization of the memoirs. The author divide four types of the structural units, such as: the state a fact, the narrative, the descriptive, the usual.

Мемуарный текст представляет собой субъективированное повествование, созданное человеком, который пережил или наблюдал изображаемые события. В основе порождения текстов данного типа лежит ретроспективно направленная когнитивная деятельность автора, связанная с функционированием специфических механизмов человеческой памяти, которая состоит в реконструкции фактов и явлений прошлого опыта и определяет наличие в тексте особого хронотопа, двух временных планов, двойной точки зрения на события и ряда других признаков.

Развитие темы в основной части мемуарных текстов реализуется за счет наличия и чередования в них структурно-семантических единиц разного характера, названных нами мемуарными композитивами.

Композитив, или реализованный в конкретном фрагменте текста коммуникативный регистр, — одно из основных понятий коммуникативной грамматики Г. А. Золотовой [1], становится в данном случае «работающим инструментом исследования синтаксической композиции текста» [2: 12].

Мемуарный композитив определяется нами как связанный тематический компонент текста, который соответствует одному или нескольким воспоминаниям, обладает смысловой и синтаксической целостностью и ограничен от остальных фрагментов графически. К числу таких единиц, выделенных в мемуарных текстах, относим:

1. Констатирующие сообщения о фактах:

В 1962 году я был кооптирован на должность председателя Юргамышского поселкового Совета. Но через полгода по решению ЦК партии и правительства стали укрупнять районы, и наш Юргамышский район по решению облисполкома от 18 февраля 1963 года был ликвидирован и передан Куртамышскому району. Я стал хозяином не только поселка, но и всей территории бывшего района — в единственном числе (А. Белозеров).

Языковыми маркерами таких сообщений являются глаголы прошедшего времени совершенного вида с результирующим, аористивным значением, лексические показатели времени, в том числе даты. При этом в небольшом текстовом отрывке передается значительный по объему временной интервал жизни мемуариста, насыщенный большим количеством событий.

2. Нарративы, включающие яркое воспоминание об одном событии:

Бывали и курьезные случаи. Один профессор (не стану называть его имени), окончив лекцию, подошел к раковине, чтобы вымыть испачканные мелом руки, но раковина находилась несколько ниже пояса, и профессор по забывчивости совершил не совсем то, ради чего подошел к раковине. В Коммунистической аудитории в старом здании на улице Моховой мгновенно наступила тишина, она тут же сменилась неудержимым хохотом. Профессор как ни в чем не бывало вымыл руки и спокойно удалился (В. Булохов).

Основу подобных фрагментов составляют глаголы в прошедшем времени совершенного вида в перфектном значении, обозначающие цепь лаконичных, наблюдаемых действий. Специфика семантики нарратива состоит в том, что в нем повествуется о событиях, отклоняющихся от обычного хода жизни. Данные отличительные признаки нарратива соотносятся с механизмами памяти, на которые опирается автор при создании мемуаров. Более всего запоминаются, как правило, события экстраординарные, яркие. Именно эти события человек может воспроизвести через годы в мельчайших подробностях. Часто мемуарист сам оценивает такие ситуации как выходящие за рамки обычных словосочетаниями типа *забавное событие*, *курьезный случай* и т. п.

3. Дескриптивные контексты (описание места, предметов быта и т. п.):

Браслеты называются — это делают колеса к машинам: к грузовым, и к маленьким, и к тракторам. Браслет состоит — полоска, 2 слоя корда и 2 слоя резины, получается браслет. Вот таких штук три браслета — это делают мужчины — надевают на станок, и боковины (резину толстую), и еще протектор. Все, получится покрывка. Колесо вставляют — железо. Покрывки варят в котлах. Есть горячие цеха: кладут в котлы, закрывают, и варятся часами (М. Колтакова).

Основным признаком дескриптивных контекстов является наличие в коммуникативной структуре качественной и предметной рематической доминанты.

4. Контексты, описывающие узуальные действия:

По вечерам за столом, под большой керосиновой лампой читали — каждый свое, а иногда кто-нибудь читал вслух. За этим же столом делал я и свои школьные уроки. Отец говорил с нами мало, но иногда поворачивал к свету книгу, которую я читал (В. Шаламов).

В таких контекстах, как правило, употребляются глаголы прошедшего времени несовершенного вида в имперфективно-узуальном значении.

Таким образом, в чередовании перечисленных контекстов эксплицируются определенные законы человеческой памяти. Процесс воспроизведения воспоминаний протекает в порядке следования от общего к частному: на фоне описания узуальных, повторяющихся действий либо на фоне простой констатации некоторых жизненных событий автора в мемуарное повествование вводятся нарративные контексты, передающие яркие, наиболее запомнившиеся случаи из жизни мемуариста.

Литература

1. Золотова Г. А., Онипенко Н. К., Сидорова М. Ю. Коммуникативная грамматика русского языка. М., 1998.
2. Н. К. Онипенко. Г. А. Золотова в современной лингвистической науке // Коммуникативно-смысловые параметры грамматики и текста. М., 2002.

Ключевые слова и семантическая структура современного документа

Т. Е. Павлова

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

pavlova_tam@mail.ru

Семантическая структура документа, *NewSlov*

Summary. The research is connected with a problem of “key-words” and lexical structure of documents created recently. We used a method of quantity analysis by special computer program.

Семантическая структура документа как образца деловой речи может рассматриваться и диахронически, и синхронически. При сопоставлении деловых текстов современной эпохи и деловых памятников прошлого выявляется проблема роли ключевых слов в семантической структуре документа.

Под ключевыми словами подразумеваются опорные лексемы, которые соотносятся с целью составителя делового текста, т. е. с жанром официального документа (заявление, уведомление, приказ и т. д.). Как правило, в роли ключевых слов выступают глаголы: инфинитивы и формы первого лица. Например, *прошу* + inf. в жанре заявления: *прошу разрешить, прошу предоставить* и т. п. Данное исследование сосредоточено на особенностях семантической структуры деловых документов современности, в частности, на том, какой удельный вес имеют ключевые слова в этой структуре.

В качестве лингвистического эксперимента мы проанализировали тексты приказов Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (Роспечать) за 2009 год с помощью программы «NewSlov» — программы для автоматизированного составления и обработки словников (версия 1.0, авторы М. В. и Е. В. Литус). «NewSlov» позволяет установить частотность употребления лексем в тексте и сортировать список лексем в соответствии с показателем частотности употребления. Несмотря на то, что программа требует технического усовершенствования и конкретных доработок, ее применение в лингвистическом исследовании удобно, полезно и эффективно.

Результаты количественной обработки показали, что около 12% от общего числа употреблений — цифры. Сюда входят: 1) даты, выраженные на письме посредством чисел или лексико-числовым комплексом; 2) номера указов, законов, прочих документов, на которые ссылается приказ; 4) адреса, номера телефонов и факсов (*Москва, 127994, Стратной бульвар, 5*); 3) определенные количественные параметры, предписываемые приказом (*1 тыс. экземпляров*). Цифры и цифровые комплексы составляют наиболее массивный пласт в семантической структуре приказов Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. (За исключением служебных слов, которые традиционно лидируют по частотности употребления в текстах любого стиля). Это можно интерпретировать как свидетельство повышенной смысловой нагруженности документа при стремлении к лаконичности. Использование цифр делает текст информативным, экономит речевые средства, физическое пространство документа; вовлекает в систему документооборота административных органов, т. е. практически полностью реализует функции, которые должен выполнять деловой текст, оформленный как документ определенного жанра. То, что цифры решают указанные задачи эффективнее слов, очевидно, обусловило значимость удельного веса цифрового контента в отношении словесного в семантической структуре современного приказа.

Для сравнения, сумма глагольных употреблений составляет всего около 3%. Даже если допустить, что все глагольные употребления в текстах приказов выполняли функцию ключевых слов, их доля заметно меньше, чем объем цифрового контента. Среди собственно глаголов, включая глагольные образования (причастия), наиболее частотным оказался глагол *стимулировать*. Далее по нисходящей: *осуществлять, возложить, принимать, предусмотреть, приказывать, следовать* и т. д. Набор глагольных лексем, претендующих на роль ключевых слов в тексте приказа, предсказуем и традиционен для деловой речи. Однако анализ коннотаций отдельных глаголов позволяет выявить тенден-

ции, свойственные семантике современного документа. Так, глаголы *приказывать, следовать, принимать, запрашивать, занимать* и др. имеют коннотацию бюрократических процессов, в обыденном сознании традиционно негативную. Образующиеся от подобных глаголов причастия (*следующий, принимаемый, запрашиваемый*) вступают в синтаксические связи с именами существительными, порождая официально-деловые речевые штампы, «бюрократизмы»: *принимаемый во внимание, предусмотренная информация* и т. п. Семантика этих глагольных лексем стирается из-за частоты употребления, словосочетания с их участием шаблонизируются, что провоцирует их негативное восприятие носителями языка как слов, за которыми «ничего не стоит». С другой стороны, коннотация глаголов *стимулировать* (самого частотного), *обеспечивать, предусмотреть* и др. несколько иная. *Стимулировать* коннотируется прогрессивно, модернизационно — в духе современной идеологии инноваций, которая, будучи идеологией государственной, не могла не повлиять на язык деловых документов правительственного органа — Роспечати. Таким образом, контент потенциальных ключевых слов-глаголов уступает по значимости цифровому контенту в семантической структуре современного документа.

Дальнейший анализ лексического состава приказов Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям демонстрирует ожидаемо внушительный удельный вес имен собственных в текстах. Так же, как и глагольные формы, имена собственные составляют около 3% от числа всех употребленных лексем. В эти 3% входят: 1) названия органов государственного управления (в том числе собственно Роспечать — 48 употреблений из 239); 2) антропонимы; 3) топонимы; 4) названия неправительственных организаций. Использование имен собственных в документе служит усилению информативности, конкретности, определяет авторство документа. Наряду с цифрами, имена собственные сообщают данные, необходимые для выполнения документом его практической функции, позволяют документу быть руководством к дальнейшему действию. Если уподобить документ отдельному высказыванию, то мы могли бы утверждать, что имена собственные выполняют субъектно-объектные функции в общей системе, а ключевые слова играют роль предиката. Цифровой контент обеспечивает атрибутивно-обстоятельное сопровождение: осуществляет ссылки, датировку и т. д.

Массивный пласт лексики исследуемых документов составляют имена существительные с процессуальным значением: *проведение, реализация, исполнение, подготовка, решение* и т. п., а также специфически деловая лексика: *контроль, бюджет, орган, коррупция* и т. п. Функция слов данной категории, по нашему мнению, не нуждается в подробном комментировании, т. к. они являются частью содержания делового документа классически.

Таким образом, как показало количественное исследование, характерной чертой семантической структуры современного документа является высокая насыщенность цифровым контентом в сравнении с ролью ключевых слов-глаголов. Анализ коннотаций глаголов обнаруживает тенденцию к появлению новых, идеологически окрашенных слов. Частотность имен собственных в деловой речи приказов имеет прагматическую функцию, сходную с функцией цифровых комплексов: подавляющее большинство употреблений среди имен собственных — названия органов государственного управления. Это служит включению конкретного документа в систему других документов, в том числе документов других ведомств.

Русский религиозный дискурс в жанрово-стилистическом аспекте

О. Е. Павловская,
Т. Б. Трошева

ФГОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет» (Краснодар)

trosheva2@yandex.ru

Религиозный дискурс, функциональный стиль, жанр, полевая структура, стилевая черта

Summary. The field structure of religious style is represented. The author looks at the genres, which form the centre of the field, near and distant periphery.

Работа посвящена исследованию современного религиозного (православного) дискурса с позиций функциональной стилистики.

Каждый функциональный стиль (научный, официально-деловой, публицистический и т. д.) может быть структурирован по принципу поля. В этом плане наименее изучен лингвистами стиль религиозный, чем и обуславливается актуальность настоящего исследования.

Материалом для анализа послужили устные и письменные православные тексты на русском языке. Хронологические рамки изучаемого материала охватывают период с 1985 г. (начало перестройки в российском обществе) до наших дней. Именно для перестроечного и постперестроечного периодов характерно активное функционирование религиозных текстов на русском (не церковнославянском) языке и как результат — выделение особого, религиозного стиля в составе современного русского языка.

Религиозный стиль определяется в русской лингвистике как «функциональная разновидность современного русского литературного языка, обслуживающая сферу церковно-религиозной деятельности и соотносящаяся с религиозной формой общественного сознания» [2: 612].

В изучении любой функциональной разновидности языка исследователи не могут обойти вопрос ее внутренней дифференциации. В одной из публикаций, специально посвященных данному вопросу — применительно именно к религиозным текстам, — отмечается множество возможных подходов к объекту: «подход к изучению религиозного языка как фрагмента языковой картины мира, кодовый, стилистический, жанровый, коммуникативный» [1: 89] и др. Думается, что продуктивным является соединение жанрового и стилистического подходов к изучению религиозных текстов и представление религиозных жанров в виде полевой структуры соответствующего функционального стиля, а кроме того, применение обусловленного спецификой сферы общения коммуникативно-теологического подхода для уточнения позиции (центральной или периферийной) того или иного жанра в системе религиозного дискурса.

Центральные жанры религиозного стиля — библейские тексты, проповедь, духовное послание, каноническая молитва — традиционны для церковно-религиозной сферы деятельности, функционируют как в церковнославянском, так и в русском вариантах, полно и системно реализуют комплекс стилевых черт религиозной речи, в который входят архаически возвышенная тональность, символизация фактов и событий невидимого мира, модальность несомненности, оценочность, ориентированная на религиозные ценности.

В произведениях центральной зоны православного дискурса последовательно выдержана коммуникативная направленность религиозного стиля, а именно направленность на реализацию главной задачи христианской церкви — укреплять веру в Христа и тем самым «указывать пастве путь ко спасению» [3: 100].

Область ближней периферии образуют жанры, активность которых в значительной степени связана в России с новой, постсоветской действительностью.

Жанры ближней периферии демонстрируют взаимодействие религиозного стиля с другими функциональными разновидностями языка, что обусловлено совмещением главной цели религиозного текста с дополнительными коммуникативными задачами. В этой зоне выделяются жанры, явно обнаруживающие контаминацию религиозного стиля с

публицистическим (выступления деятелей церкви в СМИ, в Государственной Думе, на митингах, собраниях), жанры религиозной речи с элементами научного стиля (выступления священнослужителей перед научной и педагогической общественностью, на Богословской конференции и т. п.), жанры с элементами официально-делового стиля (например, религиозные наставления), религиозно-художественные тексты (агиография, рассказ о святых местах, притча).

В текстах ближней периферии реализуются все основные стилевые черты религиозной речи, но присутствуют и черты других стилей: точность научной речи (научные термины, ссылки на научную литературу и т. п.), императивность делового стиля (высокая концентрация слов с семантикой долженствования и запрещения, цепочки неопределенно-личных предложений с глаголами в настоящем времени — так называемом настоящем предписания) и др.

Зону дальней периферии составляют жанры, существование которых также определяется религией как формой общественного сознания, но авторами текстов выступают в данном случае преимущественно не священнослужители, а миряне. Сюда могут быть отнесены такие жанры, как исповедь, свободная молитва, свободный рассказ о православном событии.

По мере отдаления от центра поля религиозные тексты демонстрируют все большее «нарушение» чистоты стиля, возрастающую активность элементов других стилей. В зоне дальней периферии наблюдается явное взаимодействие религиозной речи с разговорной. Разговорность — категория, не участвующая в реализации специфики религиозного стиля, в целом характеризующегося закрытостью для сниженных элементов языка. Наличие в текстах таких явлений, как неполные и эллиптические предложения, разговорные частицы, междометия, слова с суффиксами субъективной оценки, определяет маргинальное положение соответствующих жанров.

К полю религиозного стиля примыкает (находясь за его пределами) широкая область функционирования русского языка, в которой представлены пограничные жанры, репрезентирующие всю стилевую парадигму литературного языка: научные труды (монография, доклад и т. п.) по вопросам религии (научный стиль); журналистские выступления (статья и другие жанры СМИ) на религиозные темы (публицистический стиль); документы, регулирующие отношения внутри церковной организации и между организациями: устав, инструкция, служебное письмо и др. (официально-деловой стиль); художественные произведения, в которых присутствуют религиозные мотивы (художественный стиль); беседа священнослужителей на бытовые темы (разговорный стиль).

Таким образом, современный религиозный стиль русского языка функционирует в виде сложной, активно развивающейся и открытой в другие стили системы жанров, типология которых представляет собой полевую структуру с зоной двуязычия и концентрированного выражения специфики стиля в центре поля.

Литература

1. *Гадомский А. К.* О жанровом подходе к изучению религиозного языка // Культура народов Причерноморья. Т. 1. 2008. № 137.
2. *Крылова О. А.* Церковно-религиозный стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2003.
3. *Феодосий, епископ Полоцкий и Глубокский.* Гомилетика. Теория церковной проповеди. Сергиев Посад, 1999.

Стиль воинской речи в этическом аспекте («Военное красноречие...» Я. В. Толмачёва)

Е. Н. Павлушкова

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

rajane86@yandex.ru

Риторика, военная риторика, образ оратора, пафос речи, стиль воинской речи

Summary. The report tells about the first scientific research made in Russian military rhetoric — work by Y. V. Tolmachev “Military eloquence” (1825), which draws attention to the ethical aspect of military oratory, reveals basic stylistic peculiarities of military eloquence, denotes essential qualities of effective speech and shows that distinctive feature of Russian military rhetoric is its orientation toward elevated ideals of love for country, defense of faith and nation.

1. Военная риторика как частная риторика

Военная риторика как самостоятельный вид частной риторики выделилась не сразу. Античное разделение риторики на три рода речений (показательный, политический и судебный) вовсе не рассматривало военную риторику.

В русских сочинениях по ораторскому искусству XIX вв. традиционная классификация несколько расширяется. Так, выдающийся ритор, преподаватель и автор знаменитого учебника по риторике Н. Ф. Кошанский помимо трех известных родов речи выделяет также духовное, мирское и **военное красноречие**. Другой видный преподаватель ораторского искусства Х. П. Зеленецкий в свою очередь рассматривает военную риторику как разновидность политической.

Итак, уже в XIX веке делались попытки осмыслить военную риторику как особый вид словесности. К этому же времени относятся и попытки исследовать военную риторику, обозначить ее основные стилевые особенности.

2. Я. В. Толмачёв. «Военное красноречие...»

Одной из таких первых попыток исследования военного красноречия стал труд ординарного профессора Санкт-Петербургского университета Якова Васильевича Толмачёва (1779–1873) «Военное красноречие, основанное на общих началах словесности с присовокуплением примеров в разных родах оного» (1825), составленный им для школы гвардейских подпрапорщиков, где он в 1823–1829 гг. был преподавателем военного слога.

В своей работе Я. В. Толмачёв впервые обращает внимание на особую этическую составляющую военного красноречия. Армия является защитой государства и народа, охраняет его от внешних врагов. Но эта сила, как утверждает Я. В. Толмачёв, «страшна для внешних врагов, надежна для правителей и граждан только тогда, когда нравственный дух оживляет воинов и соединяет их чувством любви к отечественной стране, к ее вере и законам» [3: 1]. Основания этой нравственной силы должны быть вечные законы. Я. В. Толмачёв называет четыре нравственных свойства, отличающих русских воинов: ревность к вере, любовь к Отечеству, преданность к Государю и высокое чувство народного достоинства [3: 4].

Рассуждая об образе оратора, автор «Военного красноречия...» отмечает, что «рожденные к военному званию» должны отличаться прежде всего «основательностью и быстротой ума, твердостью и благородством духа» [3: 14]. Храбрость, мужество, прямоудие и бескорыстие — вот что составляет нравственный идеал воина.

В зависимости от характера той или иной войны (наступательная, оборонительная) меняется и пафос речи. При отражении нападения противника полководец стремится воздействовать на сердца и умы солдат повышающим пафосом, возбуждая у воинов любовь к Родине и к государю. В наступательной войне главным мотивом служит стяжание славы и почестей. И в данном случае оратор апеллирует к чувству национального достоинства, напоминая о прежних победах и завоеваниях.

Честь — это центральное понятие для русского воина вне зависимости от звания. И военачальник, утверждая в солда-

тах и офицерах чувство чести, регулярно должен напоминать своим подчиненным о долге, о клятве верности, данной ими Отечеству, о доверии, которое оказывает им начальство, и о тех надеждах, которые возлагает на них народ.

Обращаясь к стилю воинского красноречия и качествам военного слога, Я. В. Толмачёв выделяет четыре основные особенности воинской речи: быстроту, краткость, живость и силу. «Военачальник более действует, нежели говорит; речь его есть, так сказать, только дополнение действия», — пишет Я. В. Толмачёв [3: 43]. По этой причине качества, присущие военному действию, становятся и качественными характеристиками речи. Сила и краткость для военного оратора неразрывно связаны между собой. Речь тем более сильна и эффективна, чем она лаконичнее. Без сомнения, как справедливо замечает Я. В. Толмачёв, «сила мыслей проистекает от быстроты воспламеняющегося воображения, от величия описываемых предметов, от личных качеств говорящего» [3: 47]. Иными словами, эффективность речи обусловлена не только ее внутренними качествами (стилем), но также предметом речи и образом самого оратора, произносящего эту речь.

Я. В. Толмачёв обозначил основной круг тем военной риторики. Основным содержанием выступлений военных являются Отечество, национальное достоинство, почести и слава, бессмертие, завоевания, унижение врагов, торжества, одоление крепких твердынь и трудных обстоятельств, победы.

Степенность речи оратора является важной чертой военного красноречия. Поэтому в речи, обращенной к воинству, неуместны «восторги, шутки, насмешки, зыблительные остроумие, страстные выражения, поэтические преувеличения и вымыслы <...>. Еще менее простительны престолярные пословицы, низкие и неприличные выражения» [3: 53].

Решительность тона, показывающая военную власть и требующая безусловного повиновения, должна внушать уважение и доверие, но не должна ни в коей мере быть грубой и колкой, поскольку грубость «низка и престолярна, а колкость раздражает» [3: 54].

Итак, главной заслугой Я. В. Толмачёва является то, что он обратил внимание на нравственную составляющую воинской речи, раскрыл содержание образа военного оратора, отметил основные стилевые особенности военного ораторского искусства, обозначил качества эффективности речи, показал, что отличительной чертой военного красноречия является его ориентированность на высокие идеалы любви к Родине, защиты веры и народа.

Тема военной риторики представляется как никогда актуальной в современном обществе. И, учитывая малую разработанность данной проблематики, труд Я. В. Толмачёва занимает особое место в филологической мысли и представляет собой интересный материал для изучения. А дальнейшие исследования в данном направлении на примере современных текстов, без сомнения, являются очень перспективными.

Литература

1. Зеленецкий Х. П. Частная риторика. Одесса, 1849.
2. Кошанский Н. Ф. Частная риторика. СПб., 1845.
3. Толмачёв Я. В. Военное красноречие. СПб., 1825.

Сжатый текст: изменения в современной языковой ситуации

Е. И. Панченко

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (Украина)

e_panchenko2003@mail.ru

Сжатый текст, компрессия, номенклатура, прагматика

Summary. The paper deals with the latest development in the sphere of compressed texts during the last decade, their genre and pragmatic changes have been investigated.

1. Современная языковая ситуация, отражаясь на всех речевых воплощениях языка, не оставляет в стороне и такое явление, как сжатый текст. Мы понимаем сжатый текст как сообщение, объективированное подобно любому иному

явление, как сжатый текст. Мы понимаем сжатый текст как сообщение, объективированное подобно любому иному

тексту в письменной форме, построенное путем сокращения полного текста либо созданное как изначально краткое, предназначенное при необходимости для дальнейшего развертывания в более объемный текст. Сжатый текст имеет повышенную информативную насыщенность по сравнению с первичным полным вариантом, что достигается благодаря разнообразным обязательным и факультативным средствам всех уровней языка. Сжатые тексты создаются в результате своеобразного сочетания объективных (материальных и технических) и субъективных факторов, имеют обширную сферу функционирования; возможность их формирования базируется на таких языковых тенденциях, как языковая избыточность и языковая экономия, последняя реализуется в языковой краткости и языковой компрессии. При построении сжатого текста осуществляется количественное сокращение речевого произведения благодаря применению разнообразных графических сокращений, условных обозначений, элиминации лишних слов, эллипсиса вспомогательных лексико-синтаксических единиц, глубинных семантических преобразований.

2. За последние десять лет в системе сжатых текстов произошли значительные изменения. По нашим наблюдениям, основными направлениями изменений можно считать следующие:

- расширение и изменение номенклатуры сжатых текстов;
- смена прагматического вектора использования указанного типа текстов;
- изменения в лексическом наполнении СТ и их синтаксической структуре.

В рамках данного исследования необходимо также изучить значительное влияние, которое на функционирование сжатых текстов оказал Интернет. Появление Интернета привело к тому, что процесс обеспечения человека информацией ускорился и расширился. По нашим наблюдениям, в номенклатуре СТ налицо следующие изменения:

- в научно-техническом стиле сохранили свое значение и даже усилили его благодаря возможностям электронного их представления словарные статьи, аннотации, рефераты, надписи и подписи к рисункам, инструкции, таблицы, тезисы сообщений. В связи с расширением сфер использования компьютерных технологий все большее распространение получает лингвистическое сопровождение программ. Кроме того, можно говорить об электронных рецензиях и других СТ в сети Интернет;
- в газетно-публицистическом стиле произошли, вероятно, наиболее заметные изменения с появлением электронных масс-медиа. Все более широкое распространение получает дайджест, краткое новостное сообщение, которое уже нельзя назвать просто газетным;
- в официально-деловом стиле изменились способы организации общения, что привело к изменению жанрового представления данного стиля. Практически ушли в прошлое телеграммы, все шире используются сообщения, переданные по факсу, электронные письма, заказ товаров через Интернет; появился новый жанр — смс-сообщения, имеющие свою собственную символику, лексику, структуру;
- жанровая система СТ в художественном стиле практически не изменилась, возможно, здесь стоит говорить лишь

о широком проникновении в него рекламных текстов, в частности, слогана.

3. Переходя к изменениям формы СТ, необходимо еще раз подчеркнуть роль сети Интернет для изучения направлений развития современного русского языка. Компьютерная сеть Интернет представляет собой особую новую форму социальной коммуникации, и ее способность необычайно быстро реагировать на происходящие вокруг события ведет к тому, что интернет-тексты для многих пользователей становятся основным источником сведений о динамичном мире. Смещение времени, развертывание текста по времени превращается в плоский синхронный горизонт без начала, конца и определенной последовательности, что является одной из определяющих черт киберкультуры. Многие источники информации хранятся в технически сжатом, «заархивированном» виде и могут быть мгновенно развернуты при необходимости.

Лингвистические изменения в СТ происходят на всех уровнях текста. На графо-фонемном уровне можно отметить следующие изменения: широкое распространение нестандартизованных сокращений, включающих в свой состав цифры и иноязычные буквы, например 4 вместо буквы Ч, латинское W вместо русского Ш или Щ и т. п. Тогда в смс имя *Даша* будет написано следующим образом: *DaWa*.

На лексическом уровне, несомненно, нельзя обойти вниманием появление новых слов и сокращений. Одной из особенностей газетной речи является использование инициалов известных людей вместо их полного имени: *ВВ* (Путин), *БН* (Ельцин) и т. д. Распространены также сложные слова, где иностранное слово сочетается с русским: *VIP-гости*, *диск для CD-проигрывателя*.

На уровне морфологии обращает на себя внимание более широкое вхождение в речь нейтрализации падежных категорий, когда форма именительного падежа вытесняет форму других падежей. Это явление наблюдается, в частности, в объявлениях в газете и сети Интернет. Синтаксические конструкции современного сжатого текста отличаются большей простотой и эллиптичностью. Наблюдается также компрессия, возникающая при переходе от вербального стиля к номинативному, и компрессия, возникающая при употреблении приставочного или префиксального глагола вместо группы слов.

4. В наше просвещенное время благодаря Интернету каждый получил доступ к огромной аудитории независимо от уровня собственной грамотности. Содержимое Интернета в большинстве своем свободно от корректорско-редакторского надзора. Краткие тексты в Интернет пестрят ошибками. Самый простой путь исправления ситуации — пропускать все свои тексты через программу проверки орфографии. Остальные проблемы можно решить с помощью словарей и справочников, благо многие из них доступны онлайн. В Рунете есть масса специализированных сайтов с богатыми наборами таких пособий и службами ответов на вопросы о русском языке.

Таким образом, мы делаем вывод о том, что сжатый текст, как и любое лингвистическое явление, не есть неизменным, и его основной вектор изменений ведет к большей свободе, нерегламентированности и разнообразию.

Метаязыковая рефлексия философа как основа его идиостиля*

Ю. С. Паули

Кемеровский государственный университет

pauliyulia@rambler.ru

Метаязыковое сознание, идиостиль, философский дискурс, флективность русского, основная анафония

Summary. Philosopher's idiostyle is forming in a process of learning the self, in determining own place in Being and forming own personality. It concerns also linguistic personality that recognizes originality of speech and cognitive activity, language system in the first place. Such a personality is able to feel deeply a linguistic form on that own spiritual activity is directed. Uniqueness and integrity of idiostyle are determined by developed metalanguage consciousness of linguistic personality.

Развитая метаязыковая рефлексия человека является одним из факторов выделения стилистики языковой личности, в рамках которой разрабатывается теория идиостиля. Формирование идиостиля, высшей формы индивидуализации

использования языка, сопровождается повышенной рефлексией автора над текстовым воплощением его идей. В идиостиле языковая система выступает как условие речемыслительной деятельности личности, потому рефлексия над спо-

* Исследование выполнено при поддержке Гранта Президента РФ МК 744.2009.6 «Лингвокреативный стиль языковой личности».

собом и средствами формирования замысла осуществляется наиболее интенсивно, установка личности на самовыражение обуславливает глубоко переживание языковой формы. С таких позиций **идиостиль** трактуется как осуществляющийся в рамках того или иного национального языка своеобразный способ организации всех этапов речемыслительной деятельности личности (формирование вербализованного понятия, его формулирование и текстовое воплощение), обеспечивающий самовыражение «духовной индивидуальности».

Поскольку создать собственный идиостиль способна только личность «с развитым метаязыковым сознанием» [4], он изучается на материале креативных форм речемыслительной деятельности. Так, философский дискурс строится на основе размышлений личности о собственном бытии и о своем месте в окружающем мире, целью этого размышления является ее субъективация. В результате философствования человек должен получить некоторые положения, которыми он должен руководствоваться в процессе «формирования себя» (М. Фуко). Стало быть, философия понимается не просто как форма знания, а как форма бытия философствующего субъекта.

Одним из этапов субъективации личности является и рефлексия по поводу языковой формы как условия речемыслительной деятельности философа. В процессе формулирования философской установки личности языковая система предоставляет ей возможности соотнесения индивидуальных впечатлений с «общей направленностью человеческого духа», что ведет к «расширению кругозора личности» [3: 76–77, 227–229].

Философский идиостиль складывается в процессе личностного осмысления собственной речемыслительной деятельности и ее условий, в первую очередь — системных свойств языка. Флективность русского языка обуславливает эффективность анафонической стратегии в процессе семантизации слова, обозначающего важные для философа категории. Семантизирующая значимость основной анафонии обуславливается интенсивностью психического переживания осознаваемого образа и сопутствующим психическим состоянием личности — состоянием вдохновения. Анафоническая насыщенность дискурса становится следствием метаязыковой рефлексии личности, ее психическим переживанием того или иного языкового элемента.

Так, идиостиль Н. А. Бердяева строится на основе анафонической семантизации тематического деривата *творчество* и конкретизирующих его значение слов-тем (*свобода, человек, Бог, философия, красота, любовь* и т. д.). За счет формально-смыслового сходства основная анафония позволяет, с одной стороны, постоянно возвращаться к тематическому слову, тем самым демонстрирует целостность языкового образа, стоящего за ним, с другой стороны — посредством системы созвучных представлений показать оригинальность бердяевского осмысления слова-темы.

Например, заглавное понятие *творчество* представлено с помощью комплекса анафонических конкретизаторов: **творчество : творчество : творчество** конкретизируемое ← творческий акт, способность утверждать, тварное бытие, бытие Творцом, обладание творческой мощью, способность превратить нечто в бытие, бытие творческим субъектом, условие тварности, процесс творения, жажда удовлетворения конкретизаторы.

Флективная природа русского языка обуславливает пластичность анафонического комплекса представлений: кроме собственно анафонов (*творческий, творить, обоготворить*), в его состав входят элементы, связанные с основной деривата-темы позиционным альтернированием (*тварный, тварь, твердо, утверждение*), генетическим родством (*претворение, превратиться, неудовлетворенность, удовлетворение*).

Анафоническая стратегия реализации смыслового потенциала деривата-темы позволяет реконструировать бердяевское понимание *творчества* как онтологически присущей человеку деятельности, характеризующей его одновременно как творческого объекта и творческого субъекта и позволяющей преодолеть «мирское» и возвыситься до положения Бога. Творческая деятельность преодолевает «мирской» покой, делает человека сильным, свободным существом, подобным Творцу, способным преобразить все бытие: его ценности, цели, форму познания, отношения с действительностью.

Семантизирующие возможности анафонических дериватов реализуются и при их комбинировании в тексте, в результате чего они создают стилистические фигуры. Так, идея непрерывной динамичности бытия в высказывании *Творческая философия сознает динамичность тварного бытия. Тварное существо вечно продолжает твориться, в нем нет границ для творческого процесса, оно не статично, оно не замкнутая данность* [1: 128] оформляется посредством межфразового повтора — зеркального отображения позиций повторяющихся перифраз — анатипозиса (...*тварного бытия. Тварное существо...*), который усиливается эпанодосом, т. е. повторением анафонов в обратном порядке (*Творческая философия сознает динамичность тварного бытия. Тварное существо вечно продолжает твориться...*) и сочетания созвучных конкретизаторов, которые создают т. н. «этимологическую фигуру» (*Тварное существо вечно продолжает твориться, в нем нет границ для творческого процесса...*).

Литература

1. Бердяев Н. А. Смысл творчества: Опыт оправдания человека // Смысл творчества: Опыт оправдания человека. Харьков; М., 2002. С. 15–334.
2. Бердяев Н. А. Самопознание. М., 2004.
3. Гумбольдт В., фон. Избранные труды по языкознанию. М., 2001.
4. Зубкова Л. Г., Зубкова Н. Г. Метаязыковой портрет Георгия Георгиевича Зубкова // Общедисциплинарное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты: Коллективная монография. Ч. 1. Кемерово; Барнаул, 2009. С. 267–298.

Маргинальные записи как жанр естественной письменной речи

Н. Ю. Плаксина

Кемеровский государственный университет, г. Кемерово

nnatali10@mail.ru

Речевые жанры, естественная письменная речь, маргинальные записи

Summary. The paper deals with the problems related to natural written speech. The paper is an attempt to reveal integral and differential characteristics which enable to consider marginal notes as a specific genre of natural written speech.

Естественная письменная русская речь — особый лингвистический объект, основными характеристиками которого являются письменная форма, спонтанность и непрофессиональность исполнения [2].

В системе жанров естественной письменной речи выделяется группа жанровых форм, которые могут быть названы маргинальными записями. Под этим термином мы понимаем записи, выполненные на полях и маргинальных страницах (последних страницах, обложке, форзацах) книг и тетрадей, имеющие попутный характер по отношению к базовому тексту. Под тетрадью нами понимаются сшитые листы писчей бумаги в обложке (это не только собственно тетради, но и дневники, записные книжки, блокноты, ежедневники, еженедельники, разного рода альбомы и пр.). Внутри

маргинальных записей выделяются такие разновидности, как записи на полях книг и тетрадей, записи на маргинальных страницах книг и тетрадей, записи на промокашках и пр. Перечислим интегральные признаки данных разновидностей естественной письменной речи:

а) базовая фатическая функция, реализуемая в ряде частных функций — автокоммуникативная, релаксирующая, функция «своего отдельного бытия», что детерминирует ослабленную адресованность записей;

б) спонтанность создания записей, которая обуславливает структурно-тематическое своеобразие, проявляющееся в семиотической, функциональной, тематической и структурно-лингвистической эклектичности, а также в слабой структурированности отдельных записей;

в) стилиобразующей характеристикой маргинальных записей является повышенная экспрессивность, карнавализация речевого поведения, небрежность исполнения, высокая степень произвольности, которая обусловлена попутным характером возникновения, необязательностью для данной ситуации, т. е. тем, что эти записи осуществляются без какого-либо регулирующего воздействия извне.

В качестве глубинного жанрообразующего фактора, наряду с триединством композиционного построения, тематического содержания и стиля, М. М. Бахтин рассматривает общественную психологию [1]. Важный критерий, которым определяется отнесенность конкретной речевой деятельности к тому или иному жанру — возможность его идентификации носителями языка, поскольку речевой жанр — это устойчивая, стереотипная модель в сознании носителей языка, выработанная соответствующей культурой; это ментальные «заготовки» для конкретной текстовой деятельности.

Анализ разных видов тетрадей (ежедневников, записных книжек, личных дневников, альбомов, учебных тетрадей и др.) показал, что заполнение маргинальных страниц тетрадей обладает признаками закономерности и частотности. Однако частотности еще недостаточно для того, чтобы квалифицировать ту или иную разновидность текста как жанр. Один из способов определить жанровый статус маргинальных записей — выявление возможности метажанровой рефлексии относительно данной разновидности естественной письменной русской речи. Подтверждением выделенности такого явления, как маргинальные записи, в сознании носителей языка служат следующие случаи метажанровой рефлексии.

Во-первых, в изданиях самого разного типа: в словарях, справочниках, кулинарных книгах, научных работах и пр. — принято оставлять чистыми последние страницы (часто с указанием: «Для заметок»), что представляет собой случай своеобразной метажанровой рефлексии: так полиграфическая промышленность откликается на существующую, по мнению издателей, необходимость делать записи на последних страницах.

Во-вторых, случаи метажанровой рефлексии обнаруживаем, обратившись к бытовой философии языка. С целью исследования метажанровой рефлексии мы использовали такой интернет-ресурс, как Лайфжурнал (Живой Журнал), который представляет собой множество личных онлайн-дневников. Нами было обнаружено два форума, предметом обсуждения которых стали последние страницы тетрадей. Форумы организуются следующим образом: автор онлайн-

дневника сканирует последние страницы своих тетрадей и, сопроводив комментариями, демонстрирует их на сайте. На эту инициативу откликаются другие авторы, сканируя последние страницы своих тетрадей или просто комментируя происходящее.

Объектом метаязыковой рефлексии в приведенных случаях являются следующие характеристики жанра.

1. Жанровое содержание: «заветные вензели», «большая прописная буква Д», «логотипы групп», «эмблема Скорпов и цветочки», «цифры от 40 до 1», «записи типа: Ой артур меня не любит», «Ярик, ярик ярик», «тексты, не имеющие отношения к уроку».

2. Композиционные особенности (фрагментарность и ослабленная структурированность текстов): «странные тексты из кусочков фраз».

3. Социальная оценка жанра (констатация ценности случайно сохранившихся записей): *Небольшая личная машина времени; долго, с улыбкой на лице, рассматривал фотки и всяческие записи на последних страницах тетрадей; потрясающие вещи.* Записи на последних страницах тетрадей выделяются авторами в качестве ценного объекта, составляющего часть личного мира человека: они обладают ценностью в глазах авторов, прежде всего, как духовная сущность — средоточие эмоционального опыта, с которым связана внутренняя жизнь и переживания автора. С этим соотносится и представление об интимности, закрытости, недоступности записей для других: *никому их не показывали; украдкой накарябанное, при внешнем иронично-пренебрежительном отношении: бред; мания; мальчики оказывается такие же идиоты, как и девочки; накарябанное; черкалось.*

Приведенные случаи метажанровой рефлексии позволяют говорить о способности носителей языка распознавать и идентифицировать рассматриваемую разновидность естественной письменной русской речи, что дает основания ставить вопрос о жанровом статусе этого явления. Таким образом, выделение маргинальных записей в качестве объекта жанроведческого исследования обусловлено наличием устойчивых представлений об этом явлении в языковом сознании социума.

Литература

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 237–280.
2. Лебедева Н. Б. Жанры естественной письменной речи // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. М., 2007. С. 116–124.

Нелитературная речь в XIX в.: просторечие или сленг?

М. Н. Приёмшева

Институт лингвистических исследований Российской Академии наук (Санкт-Петербург)

marina_priemysheva@rambler.ru

Историческая лексикология, социальная диалектология

Summary. The paper addresses the inexpediency of introducing new terminology paradigm on the base of non-literary language facts of the 19-th century which are interpreted traditionally as vernacular and their identity to the modern language “common jargon”, slang.

В отношении к терминам социальной диалектологии на протяжении двух веков очевидно выявляется тенденция зависимости от аналогичной терминологии более популярной в тот или иной момент времени европейской лингвистики. Так, с XIX в., в начале XX в. для обозначения ряда типов социальных диалектов использовались французские термины **арго**, **жаргон**, тогда как с середины XX в. в качестве их аналога появляется **сленг**. Термин в английской лингвистике имел тот же понятийный широкий диапазон (В. Косцинский, И. Р. Гальперин и др.), что и термины **арго**, **жаргон** во французской и русской, однако продолжал использоваться в работах исследователей преимущественно английского языка (В. А. Хомяков, М. М. Маковский и др.) и постепенно вошел в триаду «дублетных» наименований зоны сниженного просторечия, различных социально-детерминированных форм, обретая только на современном этапе дифференциальные отличия (Р. И. Розина, В. А. Саляев и др.).

Проблема избыточной, на первый взгляд, терминологии может быть обусловлена не только влиянием зарубежной

лингвистики, но и, по мнению ряда ученых (В. С. Елистратов, В. А. Саляев и др.), наличием нового языкового объекта, актуализировавшегося в русской языковой культуре с конца XX в.

Стремление выделить в новый объект — сленг — актуализировавшуюся в устной речи зону исторически всегда существующей языковой игры, народного просторечия, обусловлено, на наш взгляд, возросшим интересом к изучению различных игровых форм современной устной речи, значительным количеством соответствующих источников XIX в., их неизученностью, доминированием исключительно синхронического подхода в социально-диалектологических исследованиях.

То, что данный объект, который исследователи на материале XIX в. вряд ли назовут **сленгом**, не является для русского языка новым, очевидно из следующих материалов.

Интересный источник, ждущий своего исследователя, — анонимный словарь «Наречие мешан, купцов, лакеев, горничных», хранящийся в фондах Петербургского филиала Ар-

хива Российской Академии наук (Ф. 9. Оп. 4. Ед. хр. 16. Л. 108–115). Например, напр., *ходи в аккурате, покедова, важнеюцим манером, позволте обзнакомиться, прифуфуриться, чуфариться* ('гордиться'), *получить авантаж, сварганить, сбрендить, ухандакать, дать лизуна* ('удрать') и др.

Богатый лексический материал по русскому просторечию XIX в. с поговорицами, «антипоговорицами» и пр. представляют «Записные книжки» Вс. Крестовского, хранящиеся в Отделе рукописей Института русской литературы РАН (Ф. 129. Ед. хр. 29. 57 л.). Например, *Пойдем, что ли, стукнемся на бильярдае!* («Пойдем, сыграем на бильярде»), *Эй ты, целка, в семь полотниц!* и т. п.

Ценным опубликованным источником по городскому просторечию конца XIX–начала XX в. является книга собирателя городского фольклора Е. П. Иванова «Меткое московское слово» (М., 1982).

Богатейший словарный материал по русскому просторечию начала XX в. оставил исследователь «народной словесности» В. И. Симаков (Рукописи исследователя хранятся в Отделе лингвистического источниковедения Института русского языка им. В. В. Виноградова, Ф. 8. Ед. 1–6). Ср., примеры из речи торговцев: *Безухую дам, а косую не дам. Залез в хомут. Проработал на сухую. Заплатил косыми четвергами. Врюхался в плешь. Заработал ноги. Женить на Акуль-*

ке. Порешили за два колеса. Колесо пропили. Кенаря словил. На беляке помирлись.

Источников по изучению просторечия прошлых эпох много по ряду причин. Во-первых, оно является фактом устной речи, фиксация которой в письменных памятниках всегда была незначительной, поэтому такие источники требуют целенаправленного поиска. Во-вторых, в отношении, например, к истории языка XIX в., очевиден приоритет литературных форм ввиду определенного доминирования сначала дворянской, затем разночинной культуры. Народная культура была представлена в официальной письменной литературе через фольклор и диалектные материалы. Низовая народная культура в большей степени стала проявляться через фиксацию данных собственно «воровского» языка к концу XIX — в начале XX в.

Целесообразность введения того или иного лингвистического термина, действительно, обусловлена возникновением нового лингвистического объекта. Но такой ли новый объект современный «сленг» или «общий жаргон»? Тот факт, что источников по изучению нелитературных форм речи прошлых эпох, по целому ряду причин, немного, не может служить поводом для игнорирования исторического подхода к, несомненно, актуализированному традиционному языковому материалу.

Фоносемантический анализ советского детского текста*

Л. П. Прокофьева

ГОУ ВПО «Саратовский государственный медицинский университет им. В. И. Разумовского Росздрава»

prokofievaLP@mail.ru

Фоносемантика, советская словесная культура, детский текст

Summary. In the report the preliminary results of complex lexico- and phonosemantic analysis of texts for children by 1930–1950th on the base of unconscious, subconscious and conscious levels are presented. The principles of soviet philological culture can code and reflect on all type of texts including children's.

1. Постановка проблемы

Исследование словесности советского времени как системы словесной культуры может проводиться на разных основаниях и на основе разных методологий. Одним из направлений исследования может стать фоносемантика, которая позволяет обнаружить глубинные смыслы в поэзии, заложенные на звуковом (и шире — фоносемантическом) уровне. Здесь исследователь может считывать кодировки авторского бессознательного / подсознательного, несущие информацию о тексте, об авторе, о времени. Вербализуется то, что доступно лишь бессознательному читателю — не осознается им, но пробуждает ощущения, не связанные напрямую с фактуальной информацией текста.

В литературе, предназначенной ребенку, как в зеркале, отражаются интенции взрослых: нравственные уроки, дидактические намерения. Образ взрослого мира перемежается с вымышленной вселенной, которая, тем не менее, имеет узнаваемые черты окружающей действительности. Каждый период развития данного жанра отмечен ведущими идеями, стилевыми и языковыми чертами, но выделяется довольно длительный этап, когда сформировался специфический корпус текстов, составивший впоследствии советскую детскую литературу, представленную в круге детского чтения, часто обязательного. Наиболее нагруженными представляются литературные произведения, созданные в 30–50 годы, так как их основная задача — введение ребенка в мир нормативных ценностей, присущих обществу того времени [1].

2. Методология исследования

1. Сформулируем гипотезу, по которой общие идеологические установки в детском тексте советского периода в различной степени находят отражение у разных авторов на разных уровнях, в том числе и фоносемантическом. Проверка гипотезы проводилась с помощью автоматизированного анализа звуко-цветовой ассоциативности (компьютерная программа «Звукоцвет» [2]), имея в виду, что выделение разных уровней переработки интеллектом человека цветовой информации приводит к закономерной мысли о существовании организованной системы значений, связанной с объ-

ективными и субъективными факторами и способной проявляться с большей или меньшей степенью регулярности.

2. Проведенный анализ 30 стихотворных текстов С. Маршак, Д. Хармса, С. Михалкова, А. Барто, К. Чуковского позволил выделить ведущие звуковые черты, выраженные с помощью звуко-символических средств художественной выразительности. Выбор материала исследования был намеренно обусловлен эксплицитностью семантической идеологической нагрузки на лексическом уровне (15 стихотворений) и, наоборот, видимым отсутствием подобных текстовых проявлений идеологии (15 стихотворений). С. Маршак и С. Михалков прошли каждый свой путь становления и признания, были на этом пути и репрессии со стороны власти, и награды и премии. Детские стихи в их жизни — важная, но не единственная составляющая. Даниил Хармс же стихи для детей писал лишь для заработка, а в целом его творчество противостояло официальной советской литературе, что отражается в тексте и явно («Злое собрание неверных», «Чтобы в пулю не смеяться», «Стул в кандалах» и мн. др.), и на уровне подтекста («Наша новая страна», «По вторникам над мостовой» и др.). Короткие стихотворения А. Барто («Бычок», «Наша Таня», «Слон») и стихотворные сказки К. Чуковского («Мойдодыр», «Тараканище», «Мухоморчик», «Айболит», «Телефон», «Путаница») намеренно аполитичны, на лексическом уровне эксплицитная выраженность идеологических интенций отсутствует, хотя частично могут быть обнаружены имплицитно. Выделены две группы.

3. Результаты исследования

1. Анализ стихотворных текстов для детей показал, что в творчестве С. Маршак лексическая и фоносемантическая представленность идеологии приблизительно одинакова; у С. Михалкова превалирует лексическая сторона, на звукопись он мало обращает внимание, концентрируясь на дидактических задачах; у Д. Хармса, находящегося в открытой оппозиции к власти, лексическая идеология практически не представлена, напротив, явно видно неприятие советской власти («По вторникам над мостовой», «Так начинается

* Исследование выполняется при поддержке РГНФ (грант № 08–04–00099а).

голод» и др.); А. Барто и К. Чуковский продолжают русскую традицию внимания к звуковой стороне текста, тогда как идеологизированные тексты (тем не менее, все так же рассчитанные на чтение ребенку вслух) практически не содержат аллитераций и ассонансов. В стихотворении «Жил-был музыкант Амадей Фарадон», где ономапоты-неологизмы — своеобразные лингвистические игрушки, выполняющие сюжетобразующую функцию, отмечаются аллитерации и ассонансы на *Д, У, Ю*, которые обусловили синюю (32,63%), красную (26,74%), черную (13,44%), желтую (9,06%) оценку. Первые три цвета являются знаковыми для русского языка и культуры, составляя базовую звуко-цветовую матрицу [2]. Идеальные матрицы находим как минимум в 75% исследованных текстов Д. Хармса и 90% — А. Барто и К. Чуковского.

Цветовая интерпретация текстов С. Михалкова связана больше с красным, что при учете психологического фактора может быть расценено как разные степени попытки бессознательной манипуляции эмоциональностью ребенка; у С. Маршака с красным и синим, что демонстрирует взаи-

мосенсибилизацию воздействия цветов; у Д. Хармса с белым, синим, красным и черным, что гармонизирует восприятие и помогает сохранению собственного эмоционального настроения детей. Эмоциональное значение звуко-цветовой картины стихотворений А. Барто и К. Чуковского связывается с радостью, удивлением и спокойствием, вполне согласуясь с истинной эмоцией ребенка после прочтения ему этих текстов.

2. Проведенный анализ позволил сделать предварительный вывод, что в детском тексте советского периода глубинные смыслы фиксируются на разных уровнях текста и могут быть выявлены с помощью специальных методик, тогда как соединение разных видов интерпретационного исследования может помочь выйти на новый уровень постижения картины мира, зафиксированной в языке и языком в каждый конкретный момент уходящего времени.

Литература

1. Мамедова Д. Наша книга детская, детская, советская // Неприкосновенный запас. 2002. № 1 (21).
2. Прокофьева Л. П. Звуко-цветовая ассоциативность: универсальное национальное, индивидуальное. Саратов, 2007.

Язык религиозной коммуникации как объект научного изучения

О. А. Прохвятилова

Волгоградский государственный университет

12_09@mail.ru

Современная духовная речь, язык религиозной коммуникации, религиозный стиль, жанры религиозного стиля, религиозный дискурс, православный социолект, подходы к изучению языка религии

Summary. The report reveals some contemporary approaches to the language of religious communication. It describes the problems of stylistic, phonostylistic, discursive, sociolinguistic and theolinguistic trends in religious language research.

До недавнего времени современная духовная речь, понимаемая как совокупность жанровых разновидностей, функционирующих в сфере религии, в силу причин экстралингвистического характера оставалась за рамками научного изучения. Однако с середины 90-х гг. XX века и особенно в последнее десятилетие появилось большое число работ, в которых представлено разноаспектное изучение языка религиозной коммуникации. Сегодня можно говорить о существовании целого ряда сложившихся в современной лингвистике подходов в исследовании этого феномена, в числе которых такие, как стилистический, фоностилистический, дискурсивный, социолингвистический, теолингвистический.

В рамках стилистического подхода выделяются два круга исследований, взаимно пересекающихся, дополняющих друг друга, но в то же время сохраняющих свою автономность и самостоятельность.

Первое направление обращено к рассмотрению роли духовной речи в развитии стилистической системы современного русского литературного языка, в обогащении и расширении его стилистических ресурсов, уточнении его функционально-стилистической парадигмы.

Востребованность духовной речи как обязательной составляющей современной речевой практики приводит к тому, что в последние два десятилетия она оказывает мощное влияние на изменения в стилистической системе современного русского литературного языка. В числе семантических процессов, которые активно развернулись в современном русском словаре с середины 90-х годов прошлого века, исследователи называют переход из пассивного словаря в общее употребление конфессиональной лексики и идиоматики, восстановление и привлечение в широкий обиход общелитературных слов старославянского происхождения, которые имеют высокосторжественный поэтический оттенок (Костомаров 1994), семантическую трансформацию старославянизмов религиозной тематики, сужение / расширение лексического значения слов, относящихся к религиозной тематической группе, деатеизацию религиозной лексики за счет «освобождения» от негативной стилистической оценочности (см., например: Бугаева 2008).

Второе направление стилистического изучения религиозной сферы общения обращено к исследованию внеязыковых и собственно лингвистических свойств, которые объединяют массив религиозных текстов в функциональную разно-

видность языка, используемую в сфере религии. Оно представлено в работах, связанных с обоснованием стилистического статуса современной духовной речи, раскрытием экстралингвистических параметров религиозного стиля; установлением комплекса разноуровневых стилиобразующих средств, функционирующих в религиозных текстах; описанием ядерных жанров религиозного стиля, то есть таких типов текста, которые являются наиболее значимыми в содержательном отношении и отражают наиболее характерные языковые параметры стиля (Крысин 1994, 2003; Кожина 1997, 2008; Крылова 2003, 2007; Прохвятилова 2004, 2008; Ярмульская 2006, 2008 и др.).

Как самостоятельное направление в изучении современной духовной речи выделяется и фоностилистический подход, который имеет целью раскрытие закономерностей употребления звуковых (сегментных) и интонационных (суперсегментных) средств в различных жанровых разновидностях современной духовной речи (см., например: Прохвятилова 1999, 2001, 2007; Овечкина 2005, 2008 и др.).

Дискурсивный подход связан с изучением целей, интенций, ценностей, объединяющих жанры и типы речи религиозной коммуникации. При этом религиозный дискурс рассматривается в ряду институциональных типов дискурса (Карасик 1999) и определяется как «сложный коммуникативно-культурный феномен, основу которого составляет система определенных ценностей, который реализуется в виде определенных жанров и выражается посредством определенных языковых и речевых средств» (Бобырева 2007).

Социолингвистический подход в исследовании религиозной коммуникации предполагает обращение к массиву отражающих религиозно-конфессиональную принадлежность человека языковых фактов. В частности, в работах И. В. Бугаевой предлагается описание религиозного (православного) социолекта (религиолекта), под которым понимается речь, свойственная группе людей, объединенных ценностными ориентирами и социальными установками (см., например: Бугаева 2008).

В последние годы в ряде работ (Гадомский 2008, Кончаревич 2004) высказывается идея о создании комплексной научной дисциплины — теолингвистики, направленной на изучение отраженных и закрепленных в языке и речи различных проявлений речевой деятельности человека в такой социальной значимой сфере деятельности, как религия.

Научный текст как результат когнитивно-дискурсивной деятельности ученого (на материале работ В. И. Вернадского)

С. В. Ракитина

Волгоградский государственный педагогический университет

s.rakitina@mail.ru

Научная дискурсивная деятельность, научный концепт, научный текст

Summary. We have analyzed a material of monographies and papers of outstanding researcher V. I. Vernadsky. As a result we expressed the idea that in discursive-cognitive space of the scientific text «the traces» of discursive activity of the scientist are found out.

Анализ когнитивно-дискурсивного пространства научного текста связан с рассмотрением дискурсивной деятельности адресанта и с текстом как продуктом этой деятельности, содержащим объективированную с помощью языка последовательность суждений, умозаключений и т. п., раскрывающих смысл выраженного в нем нового знания. **Дискурсивная деятельность** определяется нами не как простая «разновидность речевой деятельности, направленной на осознанное и целенаправленное порождение целостных речевых произведений» [2: 9], а как деятельность *речемыслительная*. Принципиальное отличие предлагаемого подхода состоит в том, что предметом дискурсивной деятельности ученого является смыслопорождение в единстве с речевыми процессами. Такое понимание сближает наш подход с точкой зрения Т. В. Милевской, согласно которой предметом дискурсивной деятельности является мысль, а ее продуктом — высказывание, текст [1: 15]. Принимая данную позицию, считаем необходимым уточнить, что протяженность дискурсивной деятельности охватывает период от появления мысли (идеи) до завершения итогового речевого произведения как ее продукта. При этом когнитивно-событийное пространство речемышления (дискурс), в котором эта деятельность осуществляется, включает когнитивные структуры, составляющие дискурсивной ситуации, процессы, связанные с переводом дискурсивных смыслов в текстовые значения.

Предметом нашего исследования является научный текст как результат когнитивно-дискурсивной деятельности ученого. **Научная дискурсивная деятельность** определяется как речемыслительная деятельность по осмыслению возникающих научных событий, а ее протекание ставится в зависимость от обстоятельств, обстановки, возможностей индивидуума, способов и средств, доступных ему. Характер этой деятельности связан со сферой общения, объемом предметного знания автора, отношением к адресату, уровнем развития научных достижений в исследуемой области и другими условиями. Среди параметров дискурсивной деятельности автора научного текста, выявляемых на основе анализа научных текстов, можно отметить нашедшие отражение в них цели, интенции, дискурсивные стратегии и тактики, дискурсивные действия, дискурсивные ситуации и т. д.

Дискурсивная деятельность адресанта определяется в направлении от концепта к тексту. **Научный концепт** с позиций когнитивно-дискурсивного подхода представляется нам как *некая когнитивная сущность, актуализирующаяся в научном дискурсе индивидуума на определенном этапе его научного познания; стимулирующая познание, направляющая процессы смыслопорождения в научном поиске, проецирующая недостающее звено в концептуальной картине мира ученого, определяющая в конечном итоге ценность нового знания в формируемых и формулируемых на ее основе научных текстах.*

Приведенное определение закрепляет мысль о том, что в дискурсивной деятельности адресанта по формированию пространства текста с помощью отобранных текстовых и языковых единиц реализуется смыслообразующий потенциал концепта-стимула (возбудителя). (Смыслопорождающий концепт назван *концептом-стимулом*, потому что представляет собой образ нового знания, который интенцирует и мотивирует процесс познания; *возбудителем* он назван, т. к. приводит в движение, активизирует смыслы-хранители «своих» и «чужих» старых знаний).

Научный текст с этих позиций рассматривается как *продукт дискурсивной деятельности ученого, в ходе которой*

прошедшее жесткий контроль «исторического» анализа, обогащенное, концептуализированное новое научное знание, заложенное в концепте-стимуле (возбудителе), получило свое языковое и текстовое выражение. Исходя из данного определения, научный текст представляет собой код, хранящий «следы» дискурсивной деятельности адресанта, связанные с рождением, осмыслением и предъявлением в данном тексте новой научно ценностной информации. «Следы» этой деятельности в когнитивно-дискурсивном пространстве научного текста составляют языковые знаки и то, что стоит за ними: а) смыслы, результирующие процесс дискурсии; б) системы смыслов, рождавшихся в ассоциативных противоречиях и гармонических связях содержательного ядра нового знания, заложенного в концепте-стимуле (возбудителе), с другими ментальными образованиями, хранящими в концептуальном пространстве адресанта старые знания. Такого рода ментальные структуры способны вступать с концептом в креативное взаимодействие с целью обогащения, совершенствования, формирования и формулирования нового знания, интенцированного и мотивированного данным концептом.

Ценностные научные компоненты в когнитивно-дискурсивном пространстве текстов В. И. Вернадского охватывают путь ученого «от кристалла до ноосферы». Каждая новая живая идея, являя концепт-стимул (возбудитель), «применялась» к возникающим смыслам и ассоциациям; через «исторический» анализ проверялась; сопоставлялась с уже имеющимися научными фактами; определялась как *хронологически и закономерно индивидуально-авторская*. Эти ценностные научные компоненты связаны с осмыслением гипер- и макроконцептов (в текстах В. И. Вернадского это «Жизнь», «Живое вещество», «Биосфера», «Ноосфера»). При осмыслении гипер- и макроконцептов в дискурсивном пространстве ученого рождаются, формируются и формулируются новые знания, появляются новые концепты-стимулы (у В. И. Вернадского это «Косное вещество», «Живые организмы», «Автотрофность», «Тропосфера», «Гидросфера», «Стратосфера», «Бактериофаг» и многие другие). Концепты-стимулы, проецируя образ недостающего звена научного знания в научной картине мира или ее фрагменте, направляя научный поиск, определяют, в конечном итоге, ценностные компоненты формируемого и формулируемого в ходе дискурса нового знания, репрезентируемого в пространстве научного текста (у В. И. Вернадского в монографиях «Живое вещество», «Биосфера», «Химическое строение биосферы Земли и ее окружения», в статьях «Начало и вечность жизни», «Автотрофность человечества», «На границе живого», «О пределах биосферы», «Бактериофаг и скорость передачи жизни в биосфере» и т. д.).

В сообщении на материале работ В. И. Вернадского будет продемонстрировано, как «следы» дискурсивной деятельности ученого проявляются в языковых знаках, фиксирующих значения дискурсивных смыслов, отобранных адресантом в ходе дискурсии по формулированию нового знания и определяющих идиостиль языковой личности.

Литература

1. Милевская Т. В. Связность как категория дискурса и текста (коммуникативно-функциональный и коммуникативно-прагматический аспекты). Ростов-на-Дону, 2003.
2. Седов К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции М., 2004.

Проблема соотношения коммуникативной и номинативной функционально-семантических систем в звучащих эстрадных текстах

В. Ю. Ремесло

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

V.Remeslo@mail.ru

Коммуникативный уровень языка, эстрада, комическое

Summary. This report is devoted to the communicative level of language and its function in creating the comic effect in comparison with the role of the nominative level.

Данное исследование выполнено в рамках активно развивающегося направления семантического анализа коммуникативного уровня русского языка [1]. В его основе лежит противопоставление номинативной и коммуникативной функционально-семантических систем. В отличие от номинативного уровня, который передает информацию о действительности, преломленную в языковом сознании говорящего, коммуникативный уровень отражает соотношение позиций говорящего, слушающего и квалифицируемой ими ситуации. В настоящей статье рассматриваются приемы работы актера с текстом на эстраде, а именно способы нейтрализации грубого номинативного содержания при помощи средств коммуникативного уровня языка. Анализ проводится на материале выступлений Елены Степаненко и Михаила Жванецкого.

В письменном варианте большинство эстрадных текстов не создают комического эффекта. Зачастую они носят оттенок фривольности, срываются на откровенную пошлость, пестрят бранными выражениями. Мастерство эстрадника проявляется в способности модифицировать коммуникативную «сетку» выступления таким образом, чтобы нивелировать грубый текст. Например, Е. Степаненко, используя различные коммуникативные средства, вызывает смех «на опережение» и тем самым отвлекает внимание зрителя от эксплицитно выраженной информации. Основным средством «борьбы» актрисы с текстом становится интонация. Приведем пример из монолога «Письмо Джимми Оливеру»: *Когда я / в нашем ма[γ]azine / спросила корень новозеландского батата* [смех], // *меня обзвали проституткой, / разбили мне очки / и выгнали с ма[γ]азина.*

Номинативное раскрытие последствий отклоняющегося от нормы поведения героини слишком скабрезно и условно по сравнению с тем, которое зритель успеет себе представить. Семантика ИК-6 («привлечение внимания к названной / неназванной информации» [Безяева]) позволяет актрисе апеллировать к представлениям и знаниям слушателя. В данном случае зрители, слыша ИК-6, уже понимают вариант развития ситуации и реагируют смехом.

Итак, одной из возможных стратегий является отвлечение внимания зрителя от названной грубой номинативной информации. Однако, известно, что еще со времен античной комедии смех носил эротический и бранный характер. Проблема состоит в том, насколько тонко актер сможет намекнуть об этом зрителю. Приведем пример такой удачной работы с эстрадным текстом, когда можно заставить зрителя смеяться, не переступая через грань и не эксплицируя грубое номинативное содержание.

М. Жванецкий совмещает в одном лице и автора, и актера, что позволяет избежать необходимости противостоять тексту, как это происходит у Е. Степаненко. Ведущим приемом создания комического в монологе «Рассказ подрывника» является сигнал «прекращения звучания», который функционально равнозначен звуковому сигналу, используемому на телевидении для замещения нецензурной лексики. Жванецкий убирает ненормативную лексику подрывника, отсутствие номинативного содержания становится значимым. Коммуни-

кативные средства, привлекающие внимание зрителей к названной информации: ИК-6 со смычкой, *тут* (влияние на личную сферу), *же* без экспликации параметра должного.

ИК-6 нетипично заканчивается смычкой, при этом гласный под влиянием соседствующей смычки становится более закрытым, кратким и отодвинутым в заднюю зону образования, а согласный приобретает импловизность. Такое явное отклонение от норм произношения привлекает внимание зрителей к названной информации, заставляет их додумывать продолжение: *Стель. / Капал. / Идет баржа. / Белая!.. / Длинная, как!..* [смех] / *Ромайку!.. / Ну протот!..* [смех]

Такое эмоциональное состояние подрывника понятно зрителям, потому что эта ситуация повлияла на его личную сферу (параметр *тут*): *И тут подрывники / суеются!..*

Учитывая семантику коммуникативного *же* («должное, не имеющее места» [1]), обратим внимание, что, несмотря на нормы языка, параметр должного не эксплицируется, что подчеркивает актуальность отсутствующей информации и вносит свой вклад в создание комического эффекта: *Какой «стон»! / Мы же баржа!.. / Нас же!..* [смех] / *Она же!..* [смех] / *Вода же!..* [смех] / *Несет!.. / Какой ногой об какие берега!..* [смех]

Таким образом, перед нами два варианта работы актеров с эстрадным текстом. В первом случае актриса произносит пошлый текст, однако, с помощью апелляции к представлениям и знаниям зрителей посредством ИК-6, вызывает смех «на опережение», тем самым отвлекая их внимание от озвученной грубости. Во втором случае актер работает гораздо тоньше и опускает номинативное содержание, привлекая внимание зрителей к названной информации. Основными средствами создания комического эффекта являются фонетические характеристики сигнала «прекращенного звучания», коммуникативные *тут* и *же* без экспликации параметра должного.

Теоретики комического справедливо отмечают, что слушающему не надо объяснять, а только показывать, а «выводы он сделает сам, если только показ был ярким и правдивым» [2: 204]. Именно эту мысль прекрасно применил на практике М. Жванецкий.

Итак, при создании комического в звучащих эстрадных текстах можно выделить несколько стратегий. Актер может озвучить грубое номинативное содержание, но тогда, чтобы его выступление было успешным, ему необходимо заранее успеть поиграть с воображением зрителя, заставить его смеяться, чтобы отвлечь внимание от эксплицитно выраженного грубого номинативного содержания (смех «на опережение»). Однако другая стратегия позволяет добиться большего комического эффекта. При таком подходе номинативное содержание сводится к минимуму, одновременно увеличивается нагрузка на средства коммуникативного уровня, которые должны привлечь внимание зрителей к названной информации, показать, что это отсутствие значимо, заставить их восстановить пробелы.

Литература

1. Безяева М. Г. Семантика коммуникативного уровня звучащего языка. М., 2002.
2. Пропт В. Я. Проблемы комизма и смеха. М., 2007.

Использование этикетных средств в деловой беседе

С. А. Рисинзон

Саратовский государственный технический университет

rissin@yandex.ru

Деловая беседа, речевой этикет, конвенции общения, этикетные тактики и субжанры

Summary. The present research examines what means of linguistic politeness, contributions to facework (R. Watts) help interlocutors to support the cooperative interaction and atmosphere of agreement, it also analyses how widely they are used. The investigation of natural speech shows that a large part of the discourse is influenced by them. In the most linguistic structures speakers follow the genre conventions and only in some of them they fulfill social and cultural conventions.

В деловой беседе широко применяются речевые средства, помогающие избежать конфликтов и гармонизировать рече-

вое взаимодействие коммуникантов для эффективного решения коммуникативных задач, то есть средства, выпол-

няющие этикетные функции (в широком понимании речевого этикета (РЭ) это любые речевые действия, выполняемые в пользу адресата). Анализ записей деловых бесед в государственных институтах и частных компаниях показал, что в этом гипержанре (термин К. Ф. Седова) функционирует система этикетных средств (ЭС), употребляя которые коммуниканты следуют социокультурным и жанровым конвенциям общения. По данным нашего материала деловых бесед, ЭС и тесно связанное с ними синтагматическое окружение составляют 46% (23415 словоупотреблений) от общего количества словоупотреблений в дискурсе (50821). Участники разговоров стремятся или демонстрируют свое желание соблюдать интересы адресата, для этого они:

- смягчают воздействие на адресата, согласуя с ним свое мнение или действие, ограничивая побуждение к действию в предложении, просьбе или требовании / распоряжении, снижая категоричность речи, ослабляя возражение и критику;
- регулируют коммуникативный контакт, устанавливая его, подготавливая окончание разговора и завершая контакт, ориентируя речь на адресата и привлекая внимание к важным смыслам, поддерживая с говорящим обратную связь, используя маркеры солидарности и шутки;
- облегчают восприятие дискурса, уточняя его структуру, обосновывая, поясняя свое мнение;
- повышают коммуникативную роль собеседника, проявляя внимание к интересам и потребностям адресата, выражая извинения, пожелания и благодарность, демонстрируя интерес к мнению собеседника;
- поддерживают тональность согласия.

Использование подавляющего большинства ЭС (1386 — 84% от общего количества ЭС) определяется требованиями жанра и особенностями ситуации, то есть жанровыми и дискурсными доминантами, совокупность таких средств составляет жанрово-дискурсивный РЭ деловой беседы. Жанрово-дискурсивные средства значительно различаются по степени конвенциональности. Многие из них высоко конвенциональны и легко интерпретируются собеседниками как знаки соблюдения их интересов. Степень конвенциональности ЭС тесно связана с частотностью их употребления. Данные, полученные в результате количественного анализа нашего материала, дают основание считать высокой степень конвенциональности у ЭС, выполняющих следующие функции: согласование говорящим своего мнения, смягчение побуждения и возражения, снижение категоричности речи, ориентацию речи на адресата, облегчение восприятия дискурса, обоснование и пояснение мнения, проявление внимания к потребностям собеседника, согласия с ним и поддержание слушающим контакта. Все эти средства не специализированы для выполнения этикетных функций, но они составляют значительную часть этикетных усилий собеседников (1244 — 75%). У большинства из них в иерархическом соотношении функций (Р. Якобсон) этикетная роль доминирует (704 — 42%), но речевые средства с вторичной этикетной функцией тоже распространены довольно широко (540 — 33%).

Этикетные единицы, соответствующие социокультурным конвенциям общения, социокультурный РЭ, коммуниканты используют только в 16% случаев выражения этикетной информации (267 употреблений). Это ритуализованные этикетные формулы приветствия, прощания, извинения, благодарности, а также неспециализированные подготовительные тактики прощания. Высоко конвенциональные жанрово-дискурсивные ЭС и социокультурные единицы, видимо, можно считать основой этикетной нормы деловой беседы.

Различия в коммуникативной роли этикетных средств связаны и с разной их организацией: они функционируют как тактики и как субжанры. Основная часть средств, прежде всего, высоко конвенциональных, представляет собой этикетные тактики, реализующие в беседе гиперстратегию коммуникативного компромисса (1180 — 71%). Легко узнаваемые жанровые формы имеют регулярно используемые во всех сферах общения, стереотипные социокультурные этикетные единицы, а также речевые средства с вторичной этикетной функцией (проявление согласия, обоснование, пояснение мнения, обещание, разрешение и уступка), которые выражены и основную в дискурсе информацию (473 — 29%).

В официальной обстановке деловой беседы на использование ЭС влияют многие факторы, но прежде всего степень знакомства собеседников, их отношения, установившаяся коммуникативная дистанция, а также коммуникативная цель каждого из них и характерные для ее реализации тип речи и речевые жанры (например, рассуждение, убеждение и т. п.). Нужно отметить большую роль типа речевой культуры коммуникантов (О. Б. Сиротина), их представлений о коммуникативной норме, их речевого вкуса, а также профессиональных речевых навыков, которые иногда превращаются в тиражируемый шаблон, например, в речи страхового агента. У каждого из собеседников, активно участвующих в разговорах, заметен свой этикетный почерк. Но индивидуальные предпочтения ограничены статусно обусловленными этикетными правами и обязанностями, например, по данным нашего материала, одобрение, разрешение и шутки характерны для участников разговоров с сильной коммуникативной позицией.

Отмечена связь этикетного поведения с корпоративной культурой, например, сотрудники университета часто используют ЭС официальной тональности, а участники разговоров в частных компаниях — средства, свойственные быденной речи; в университете чаще дается обоснование мнения, а в частных компаниях — пояснение.

Этикетная компетенция — это важное условие достижения эффективности деловых бесед.

Литература

1. Седов К. Ф. Жанр и коммуникативная компетенция // Хорошая речь. Саратов, 2001. С. 107–117.
2. Сиротина О. Б. Характеристика типов речевой культуры в сфере действия литературного языка // Проблемы речевой коммуникации. Вып. 2. Саратов, 2003. С. 3–20.
3. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975. С. 193–230.

Колорит устной речи в эпистолярном наследии И. С. Шмелева

Е. Г. Руднева

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Эпистолярный стиль, устная речь, Шмелев

Summary. The paper presents Schmelev's epistolary style (semantics, syntax, intonation) as a version of his speech.

И. С. Шмелев вошел в историю русской литературы XX в. как блестящий мастер сказа, знаток устной разговорной речи. В его рассказах достоверно воспроизведена речь самых разных социальных слоев: интеллигенции, политических заключенных, солдат, мастеровых, купцов, детей и стариков, жителей Замоскворечья, Крыма, Сибири.

Он передал лексику, особенности произношения, интонации диалогов и полилогов, воссоздал речевой облик толпы. А. И. Солженицын пополнял свой Словарь редких слов выписками из произведений Шмелева. Сам писатель ценил приписанный ему дар слова: «главное мое качество — язык», — неоднократно повторял он и испытывал потребность «пожить в языке», насладиться родной речью. В его рассказах слышна почти вся Россия, за исключением самого автора.

Слово писателя звучит в его публицистике, но там оно представлено в тщательно отредактированном виде, обращено к широкому читателю, подчинено законам ораторского жанра. Иначе его слово звучит в его письмах.

Когда-то К. Симонов пошутил:

*Письма пишут разные,
Слезные, болезные,
Иногда — прекрасные,
Чаще — бесполезные.*

Для биографа, социолога, культуролога, историка, лингвиста бесполезных писем не бывает! Личные письма давно признаны наукой в качестве ценного «человеческого документа». Письма Шмелева интересны, в частности, тем, что создают впечатление сиюминутного устного высказывания,

это своего рода автостенограмма. Особый интерес представляют письма к его единомышленнику философу И. А. Ильину, переписка с которым продолжалась более четверти века. Почти не претерпев стилистических изменений, она отразила устойчивость языкового облика писателя. Тематическое разнообразие писем обусловило то, что в них сочетаются фрагменты книжного и делового дискурса, Евангельские и латинские выражения, цитаты из художественных текстов, критических отзывов, писем, публицистика, но доминирует стиль устного речения с соответствующей лексикой и словообразованием, интонацией, синтаксисом, игрой звукообразами. Кажется, что видишь мимику и жестикуляцию взволнованного человека.

Адресат обязывал к искренности и сердечности, серьезности и ответственности; но нередко сам Ильин провоцировал иронию, эстетическую игру словом, стихотворство. Поэтому и ответы Шмелева в стилизованном отношении крайне разнообразны: они оставляют впечатление реплик в диалоге, который порой продолжался в ряде писем. В письмах Шмелева сохранен колорит устных высказываний: им присущи разговорная фразеология и лексика, повторы, неоконченность и отрывочность фраз, чисто устные обороты речи, эмоциональная напряженность, порой спонтанность выражений, (как бы «мысли вслух»), пропуск смысловых звеньев, отклонения от грамматических правил, стилистическую деструктурированность. Это не искусно смоделированная речь, но непосредственное, богато интонированное, психологически мотивированное речетворчество в ситуации «прямого общения с собеседником». Весь строй речи отражает свойственную Шмелеву нервозность, возбужденность, говорливость.

Вот некоторые примеры:

О «Богомолье» он писал 30 марта 1935 года: «Я низал и низал тропки-строки, я сказку былого себе сказывал, мурлыкал — вЫ! — мурлыкал себя».

По получении письма от З. Гиппиус он писал: «Я облизнулся, как ворона с сыром на елке».

О «Пути небесных» в письме от 19 июля 1935 года читаем: «Виктор Алексеевич — совсем тютя. Какое дело Промыслу таких „тютей“ вести? Подумаешь...».

13 августа 1936 года: «Вера — я силой ее тяну — не поднимает душу. Все рухнуло. Я опустошен и все во мне рас-

сыпалось. Я теряю Бога. Ищу опору, упора — нет его. Я — в пространстве, в бесцельности».

10 января 1937 года: «Шатается во мне все, ищу Бога, хочу укрепиться, зацепиться... Я слепец. Молюсь, силюсь молить».

27 марта 1946 года: «Мне на все теперь наплевать. Я в церковь бросил ходить».

И в другом письме того же года: «Я вообще подавлен — до „махни рукой“. Я не могу понять, зачем весь этот огород — человечество! И чтобы заглушить отчаяние, я пробу ю огашишить себя „путями“».

Описание подробностей нищего быта, эмиграционного неуютя, болезненного самочувствия перемежаются в письмах с доверительным рассказом о текущей творческой работе над художественными произведениями, о душевном опыте, откровенными признаниями в мучительных религиозных сомнениях, нравственными самооценками. Острота идеологического размежевания в среде эмигрантов нашла отражение в той иронии, с которой Шмелев отзывается о многих видных деятелях, комически искажая их фамилии: Мердяев (Бердяев), Гадамович (Адамович). Особенно выразительные его сравнения, которыми изобилуют его письма.

Разговорный стиль писем напрямую перекликается с художественным воспроизведением устной речи персонажей в произведениях писателя и наглядно подтверждает его чуждость аналитическому типу мировосприятия, его отторгнутость от философского мышления, которое так усиленно навязывают Шмелеву некоторые современные исследователи неореализма.

Стоит сопоставить письма к Ильину с известной перепиской М. Бакунина, В. Белинского, Н. Станкевича, М. Каткова, носившей философский характер и послужившей источником русской философской терминологии и художественного психологизма [1], чтобы со всей очевидностью выявился противоположный образный склад мышления, свойственный Шмелеву и обусловивший разговорную доминанту его эпистолярного стиля.

Литература

1. Гинзбург Л. Я. О психологической прозе. Л., 1971.
2. Переписка двух Иванов (1935–1946). М., 2000. С. 37, 39, 84, 154, 166, 379, 397.

О дивный новый мир и исследование речевой деятельности

В. В. Рыков

Московский физико-технический институт (государственный университет)

rykov@phystech.edu

Тексты, машинный носитель, общая филология

Summary. New genres of texts, mostly via the Internet, become more and more massive and easy to create and to broadcast, and they rapidly gain worldwide acceptance. At the same time, there are no effective laws or regulations, such as those controlling advertising, to limit their creation, content or — most important — their influence. There is a General Philology paradigm or framework joining philological and other research, the results of which have a tendency to resolve this dangerous contradiction.

Нарастающее количество текстов самых разных жанров требует новых адекватных методов, моделей, методологии их исследования. Эту речевую деятельность можно и нужно изучать с самых разных сторон — ее особенности, принципы, условия, нормы, их сочетание, и, возможно, многое другое. Несомненно также, что при всей сложности и многообразии, это множество текстов представляет собой систему. Следовательно, здесь применимы многие методы, концепции и вообще методология системного анализа [1]; [2].

Что касается условий, то системная доминанта всей суммы условий, в которых протекает современная речевая деятельность, может быть охарактеризована как массовый переход на новую, четвертую фактуру речи. А это есть создание во все возрастающих масштабах текстов, созданных с применением машинных средств как орудия письма и записанных на машинный носитель, новый материал письма. Этот процесс характеризуется многими особенностями. И здесь снова, справедливо будет сказать, что системной доминантой этого процесса при всем многообразии его особенностей является несколько взаимосвязанных и противоречивых факторов. А противоречие есть движущая сила, и, следовательно, доминанта изучаемого явления или процесса [1]; [3]; [4]; [5].

Первым фактором является возрастание эффективности, все более заметной и мощной связи слова и дела новых жанров машинной фактуры речи. Здесь сразу следует отметить существенные особенности этого явления. Эффективность текстов в машинной фактуре речи, в частности «старых» жанров, а именно, СМИ, рекламы, была не только давно замечена, но и сознательно и эффективно использовалась для различных целей. Создание текстов в этих жанрах является сложным производственным процессом, с определенной структурой и разделением труда не только в коллективном создании, но и в распространении этих текстов [7]. Но сразу стоит сказать, что мы сейчас видим возникновение новых массовых жанров текстов (прежде всего в Интернете), которые имеют совсем другие и существенно другие особенности. Прежде всего это касается именно авторства. У многих жанров этих текстов индивидуальное и в то же время может быть анонимное авторство. Такой текст может легко создать любой человек. Здесь, с одной стороны, авторство приближается по своим особенностям к авторству устной или письменной речи, которым (сразу стоит заметить) далеко в смысле эффективности до СМИ и рекламы. С другой стороны, эффективность некоторых жанров машинной фактуры речи по своим показателям прибли-

жается к рекламе и СМИ [5]; [6]; [7]. В качестве примера можно привести так называемый блоггинг. Реагируя на тексты блоггеров, подают в отставку сенаторы в США [6]. В ответ на запись в блоге студентки, проходившей летнюю практику в доме престарелых, туда приезжает представительная делегация администрации Псковской области (программа «Время» от 28 октября 2009 г.).

Здесь мы видим удивительное сочетание легкости создания и распространения текстов со все более возрастающей их эффективностью в смысле воздействия на отдельных людей и общество в целом.

Вторым фактором можно назвать то, что в этих «новых» жанрах практически отсутствуют какие-либо нормы. Нет законодательства, даже отдаленно сравнимого с законами, например, о рекламе, регулирующими эти виды речевой деятельности [7].

Изучение и разрешение этой непростой проблемы или противоречия есть предмет общей филологии. Впервые эта проблема была описана и, насколько возможно, изучена для проблемы перехода общества к печатной фактуре речи. Этот переход так же стихийно происходил в Германии более пяти столетий назад. Конечно, ситуация сейчас и тогда имеет сходства и различия. Действительно, тогда невиданными по сравнению с письменными текстами тиражами хлынули гутенберговские издания Библии. Практически впервые этот авторитетный и мощный по воздействию текст был прочитан и обсужден огромным количеством немцев. И это воздействие явилось одной из причин начавшейся гражданской (так называемой Крестьянской) войны [3]; [4]; [5]. Печальный опыт ненормированного распространения этого печатного текста был адекватно учтен, хотя, возможно, и не вполне понято. Поэтому просто был наложен запрет на распространение Библий правительствами соседних стран, что уже было примитивной формой законодательства, регулирующего этот род словесности. Существуют документальные свидетельства о том, что торговцы, возящие, несмотря на запрет, печатную Библию из Германии в католическую Испанию тайком в винных бочках, подвергались смертной казни [3]; [5].

Языковой ключ развлекательности

Т. В. Седова

Московский государственный торгово-экономический университет (МГТЭУ)

sedov53@mail.ru

Назвлекательная литература, гелосология, игра слов

Summary. The report is about linguistic features providing entertaining character of the modern literature.

Обыденным стало изречение «Кто умеет структурировать ваше свободное время, тот умеет структурировать деньги». Под этим обычно понимают определенные творческие способности и умение организовать досуг современного человека. По сути, на хобби или отдых человек тратит важнейшую предельно ограниченную данность — время жизни и при этом еще платит деньги, на добывание которых у него уходит большая его часть и драгоценные силы. И тем не менее в книжных магазинах спрос на литературу «легкого жанра» велик, а эфирное время заполнили сериалы.

Предметом данного изучения как раз и стала развлекательная литература. А объектом исследования — два произведения, выпущенные Санкт-Петербургской издательской группой «Весь»: Алиса Арт & Скрипка. Нот-А-Реальная контро, или Возможно все! СПб: ИГ «Весь», 2006. 192 с. — (*Трансерфинг реальности / СИМОфор Желаний*) и Резун И. У. У. У. Торжество воды. Роман-эстафета. Часть 1. Толкование Волшебства. ДО-ЗНАНИЕ. СПб: ИГ «Весь», 2006. 288 с. — (*Трансерфинг реальности / СИМОфор Желаний*).

В докладе мы ставим цель: рассмотреть с лингвистической точки зрения то, что определенно делает некоторые литературные жанры желанными и интересными для читателя.

Помимо занимательности самого литературного материала, имеется в виду идейно-художественное содержание, в рассмотренных произведениях следует отметить изобилие языковых трюков, позволяющих сделать повествование более притягательным и интересным.

Необходимость и актуальность регулирования новых массовых, легко создаваемых, все более влиятельных и неограниченно распространяемых по компьютерным сетям текстов очевидна. Только давний испанский опыт даже кратковременных запретов очевидно неприемлем. Остается путь всестороннего изучения особенностей их создания, распространения, восприятия содержания — хотя бы для создания эффективных способов регулирования этого процесса, не говоря уже о том, что эти тексты или произведения словесности представляют собой несомненный интерес для многих других филологических наук. То есть можно и нужно подвергнуть их всестороннему филологическому анализу. В парадигме общей филологии сказанное суммируется следующим образом. Это называется изучением текстов в рамках двух важнейших взаимосвязанных групп правил словесности — внешних и внутренних. Внешние, как уже говорилось, описывают правила создания, передачи, хранения текстов, как целостных продуктов особого вида деятельности. А внутренние правила задают парадигму регулирования и изучения внутренней структуры текстов и их содержания [3]; [7]. Изучению общих особенностей и взаимодействия этих правил уже посвящено несколько исследований, в том числе и для родственного, но далеко не нового жанра рекламы [4]; [5]; [7].

В рамках этой системной интегрирующей парадигмы удобно координировать различные исследования речевой деятельности, а также во всей полноте оценивать их результаты.

Литература

1. Мельников Г. П. Системная типология языков. М., 2003.
2. Новиков А. М., Новиков Д. А. Методология. М., 2007.
3. Рождественский Ю. В. Общая филология. М., 1996.
4. Рейзема Я. В. Информационный анализ социальных процессов. М., 1982.
5. Рыков В. В. Семантика и обработка нецифровой информации. М., 2007.
6. Скобл Р., Израэл Ш. Разговор дороже денег. Как блоггинг меняет общение. М., 2007.
7. Сычев О. А. Филологический анализ американской рекламы // Риторика и стиль. М., 1985.

Начнем с так называемой языковой игры. «Счастье есть! Оно не может не есть!» Словарь Ушакова трактует эти два знака как разные лексемы. Языковая игра может иметь реализацию и на паронимической бинарности: «Сделал дело, покорми тело». (57)

Линейное выстраивание терминологического сочетания и словосочетания, претендующего на терминологизированность, плюс третий член, обозначающий новое понятие, основой которого частично становится старое. «Картофель в мундире. — Картофель без мундира. — Картофель молодой (в памперсе)». (148) Как частный случай имеет место употребление терминов для описания повседневно-жизненных ситуаций. «Несмотря ни на что, будильники и люди неразлучны и очень редко могут существовать отдельно друг от друга. Симбиоз, не иначе». (118)

Использование синонимов в таком поле, когда они неизбежно превращаются в антонимы. «Ведь Закон Второй утверждает: упавший сэндвич бутербродом не считается!» (81)

Компиляция с преднамеренной диффузией двух жанровых текстов. «Для тех, кому недоступно благо централизованного отопления, существуют дополнительные переносные согревающие устройства. И да будет вам счастье!» (77)

Использование приемов ложной этимологии. «Курят, говорят?.. у вас в меню куриного мяса не хватает...». (68)

Использование лексем с уменьшительно-ласкательными суффиксами, что само по себе не создает комического эф-

фекта, но коннотативное значение лексемы с уменьшительного-ласкательным суффиксом становится неуместным в данном контексте. «Давно мечтаю аквариум с кальмарчиками завести». (119) Использование родового названия вместо видового для создания комического эффекта. «Супруг-то мой с бахчевыми теперь не расстается». (118)

Бинарная дизъюнкция, требующая сделать выбор из двух синтаксически однородных членов, которые вне синтаксиса, или формальной связи, по логике не могут формировать эту самую бинарность. «Какое тебе покупать или все-таки „Вискас“»? (118)

Зевгма. «Я имею два образования, у меня в активе знание трех языков, опыт и ребенок уже почти взрослый». (70)

Стилизованное неправильное употребление слов. «Аднака, спасибо. Цукца я. Вымя звать!» (90)

Аллюзии. Они очень широко представлены в произведениях, и, на наш взгляд, можно даже говорить об особом аллюзивном пласте. «А ты в смеситель подуди, как тот находчивый австралийский абориген!» (144)

К аллюзии тесно примыкает цитация некоторых популярных произведений. «Я его слепила из того, что было. А потом, что было — то и полюбила». (186) А также использование расхожих фраз на иностранных языках, особенно на английском, при их начертании латиницей. «Игра, которая становится образом жизни, — веселая, радостная, под девизом „Don't worry, be happy“». (52)

Рифмованные лексико-синтаксические структуры, придающие тексту или стилизацию, или убыстряющийся темп повествования. «Пою: Кто съел зебру без тельняшки — превратился в промокашку!» (212)

Фатический компонент также бывает достаточно нетрадиционен и незауряден: «Ты на месте? — Я как минтай в тесте, готов к употреблению и душевному томлению». (214)

Специфика функционирования вопросительных конструкций в современном политическом монологическом тексте

Е. Г. Сидорова

Волгоградский государственный университет

elenasi@mail.ru

Диалогизация монологической речи, риторический и медитативный вопросы, вопросно-ответные конструкции

Summary. Political texts dialectically combine the features of a newspaper and orator's speech. Trying to increase the impact of their appeals to the electorate, politicians use the technique of dialogization of monologic speech. The most characteristic example of realization of this technique is interrogative constructions of different types.

Современная российская действительность оказывает значительное влияние на речевое поведение носителей языка. Наиболее интересен в этой связи язык политики, поскольку подобные тексты призваны привлекать и удерживать внимание адресатов; информировать аудиторию о кандидате и его программе; вызывать положительную реакцию потенциальных избирателей; побуждать их к определенным действиям. Решение названных задач осуществляется, с одной стороны, отработанными конструктивными средствами для выражения стандартных элементов смысла, т. е. блоками и схемами с определенным семантическим содержанием, а с другой — использованием дополнительных экспрессивных единиц, необходимых для привлечения внимания максимально возможного числа адресатов.

Принципиально важным для любого политического обращения оказывается установление контакта со слушателем, поэтому достаточно часто тексты политических обращений содержат элементы диалогизации монологической речи. Наиболее действенным приемом установления контакта между политиком и избирателями, по нашему мнению, являются вопросительные конструкции. Они создают иллюзию непосредственного общения и придают тексту непринужденный, разговорный характер.

Среди вопросительных конструкций, представленных в анализируемых текстах, можно выделить три разновидности: риторический вопрос, медитативный вопрос и собственно вопросно-ответное единство.

Семантика риторического вопроса в специальной литературе трактуется неоднозначно. Мы, разделяя точку зрения А. П. Сковородникова, А. А. Калининой и др. исследователей, исходим из того, что риторический вопрос представля-

ет собой положительное или отрицательное суждение, облеченное в форму вопросительного предложения. Риторические вопросы, имеющие непосредственное отношение к стоящему перед ним высказыванию, отмечены нами в текстах политических обращений: *Разве есть еще где-то в мире Мамаев курган или музей панорама «Сталинградская битва»?* (Вечерний Волгоград, 22.08.2003); *Если мы не будем вкладывать деньги в культуру, то имеет ли смысл надеяться на полноценную отдачу? Как можно развивать туризм, забывая о главных достопримечательностях города?* (Хозяйство, 09.05.2007). При помощи приема нанизывания риторических вопросов не только акцентируется внимание читателей на ключевых понятиях обращений, но и вносится дополнительное модальное значение необходимости, целесообразности определенных действий со стороны властных структур.

Еще одним средством повышения экспрессии политического текста является медитативный вопрос, представляющий собой вопросительное предложение, используемое не для запроса и получения информации, а для выражения эмоционального размышления, для создания той или иной эмоциональной тональности высказывания: *Раньше Волгоград посещали миллионы туристов, приносившие в городскую казну немалый доход. Где они сейчас? Почему мы не можем заинтересовать их своей прекрасной природой, Волгой и Доном? Разве есть еще где-то в мире Мамаев курган или музей-панорама «Сталинградская битва»?* (Вечерний Волгоград, 22.08.2003); *Почему мы прячем от всех один из величайших городов мира?* (Хозяйство, 09.05.2007). Специфика медитативных вопросов состоит в том, что, с одной стороны, они, как и риторические вопросы, не предпо-

лагают, что иностранное слово, не так давно вошедшее в русский язык, постепенно начинают употребляться с активными словообразовательными компонентами. «Закурил измятую тонкую мальборину». (164) Создание новых слов по известным продуктивным словообразовательным моделям. Обычно таких предметов пока в природе не существует, например: «сноуловитель», «будильникостроение».

В этой связи уместно отметить использование жирного шрифта. «**Чтоб не напрягаться, нужно распрямиться**». (71)

Употребление прописной буквы для выделения слова. «На стене возле ПРАВИЛ висели гигантские наручные часы...» (55)

Использование аббревиатур, достаточно непривычных. «УЛитки бывали одно- и двухэтажные». (48)

То, что особенно удручает в развлекательной литературе и, на наш взгляд, не добавляет ей привлекательности — это чрезмерное и необоснованное употребление инвективной и ненормированной лексики. «Я, эта, конь-на-два, трактористом работаю...». (121). (Самый невинный из примеров.)

Гелология — наука сложная, ее трудно чем-то обогатить, но некоторые принципы построения смешного эффективно используются при создании развлекательной литературы, что придает ей дополнительный градус аттрактивности.

лагают внешних ответов, а с другой — в них не заложены сами ответы-суждения, как в риторических вопросах.

Собственно вопросно-ответные конструкции, встречающиеся в политических обращениях, в зависимости от структуры ответа условно можно подразделить:

- на конструкции, содержащие неразвернутый ответ: *А разве я хочу жить так же, как нынешние пенсионеры? Конечно, нет!* (День защитника Отечества, 21.02.2008);
- конструкции, содержащие развернутый ответ, представляющий собой коммуникативно несамостоятельное высказывание: *Вокруг чего объединяться? Вокруг идеи безопас-*

ной достойной жизни в динамично развивающемся городе (Волгоградская правда, 01.08.2003);

- конструкции, содержащие развернутый ответ, представляющий собой коммуникативно самостоятельное высказывание: *А что иногда происходит в действительности? После создания частного предприятия бюджет вдруг интенсивно гасит ему долги* (Волгоградская правда, 02.09.2003).

Все подобные высказывания, имитирующие спонтанное размышление авторов, позволяют создать атмосферу доверия, дружеской беседы с читателем, а значит, и повысить эффективность самого политического обращения.

Анализ ораторской прозы, адресованной дисперсной аудитории

В. В. Смолененкова

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

vsmolenenkova@hotmail.com

Риторическая критика, анализ текста, аудитория

Summary. Good rhetorical criticism should consider the intended audience, since its characteristics determine both the text creation and its perception and effect. Mass media have generated a new rhetorical phenomenon which I call the dispersed audience. That is such text receivers that in their decisions and acts are guided by greatly different beliefs, values, motives and interests. Very often members of the dispersed audience are disconnected not only by their interests and purposes but also by time and place. That causes a new type of public speeches.

Свойства аудитории ограничивают ратора в его выборе этической, логической и эмоциональной аргументации. Объективный анализ ораторской прозы не возможен без учета специфики той аудитории, которой было адресовано выступление.

Анализируя непосредственную аудиторию, критик стремится: 1) воссоздать обстановку публичного выступления, т. е. определить условия произнесения речи; 2) определить, насколько близки позиции по обсуждаемому вопросу и насколько схожи социо-культурные характеристики аудитории и оратора; 3) объяснить реакцию аудитории на те или иные высказывания оратора; 4) выявить несоответствия между подобранными оратором логическими и эмоциональными средствами убеждения и ожиданиями получателей речи.

Возможности современных информационных технологий вынуждают нас *разделить получателей информации на непосредственных слушателей, соучастников риторического акта, и опосредованную аудиторию, получающую информацию через СМИ.* Причем в последней группе реципиентов необходимо различать тех, кто получает информацию одновременно с непосредственной аудиторией (прямой эфир, Интернет), и тех, кто получает ее во временном отрыве (аудио- и видеозапись, публикация). Очевидно, что по своим свойствам, а следовательно, и по влиянию на текст речи, эти три типа аудитории принципиально различаются. Причем не стоит думать, что в тех случаях, когда предусмотрена трансляция выступления, зрители, присутствующие на риторическом акте, имеют приоритет и максимальное влияние на текст. Как правило, с оглядкой на эмпирическую аудиторию формулируются только формы приветствия и вступления. Основной же текст выступления уже выстраивается по прагматическим законам современной риторики, ориентированной на *дисперсную аудиторию, т. е. на такую аудиторию, которая в своих поступках и решениях руководствуется слишком разнообразными, а иногда и прямо противоположными интересами, ценностями, мотивами, страхами. Индивидуальные представители дисперсной аудитории разобщены не только по своим интересам и целям, но зачастую и технически — во времени и в пространстве.* Тексты, изначально адресованные на разнородную многотысячную аудиторию, традиционно строятся по законам эклектической риторики, когда различным социальным группам предлагаются свои позитивные и негативные мотивы принятия пропозиции оратора. Например, в выступлении кандидата на выборную должность пенсионерам будет обещана более высокая пенсия, работающим — снижение налогов, студентам — повышение стипендии, детям — бесплатные поездки в Диснейленд и т. д. — так, чтобы ни одна категория граждан не была упущена. О том, что авторы текста рассчитывали на его резонанс (чаще всего в форме цитат) в печатных СМИ и, скажем, в телевыпусках новостей, обычно свидетельствуют хорошо сформулиро-

ванные рекапитуляции и хлесткие выражения и образы (нередко с использованием арготической лексики), которые выигрышно цитируются за пять-шесть секунд дорого эфирного времени, при этом они хорошо запоминаются и емко отражают основной смысл всего послания.

Затронув проблему возможности средств массовой информации многократно увеличивать аудиторию ораторских речей, мы, собственно, коснулись численного параметра аудитории. Объем аудитории — один из двух (наряду с характером аудитории) критериев ее оценки, выделенных еще Аристотелем. К началу XXI века такими науками, как социолингвистика, психология, психолингвистика, теория коммуникации, риторика, накоплен значительный объем сведений о том, как формально-демографические характеристики слушателей, их интеллектуально-познавательные мотивы и эмоциональное состояние могут влиять на восприятие текста. Подстраиваясь под установки и характеристики своей аудитории, оратор не только избирает нужные этикетные формы, но и тщательно продумывает предметное содержание речи, отбирает наиболее перспективные аргументы, ссылки на авторитеты, апелляции к ценностям, важным его слушателям. В искусной ораторской речи свойства адресата будут учтены на всех уровнях текста: на уровне идей, композиции и словоупотребления (тезауруса).

Замечено, что в больших аудиториях доминирующие характеристики как бы резонируют и начинают определять характер коммуникации. Отсюда рекомендация искать преобладающие свойства аудитории. Своего рода помощью в этом поиске может стать осмысление свойств того общества (сословия, этноса, нации и т. п.), представителем которого является присутствующая в зале публика. Такие свойства «материнского социума», как иерархическая организация, принятая система ценностей, особенности этических и правовых норм, доминирующие мировоззрения и т. п., безусловно, проявляются в восприятии речи данной аудиторией и, скорее всего, проявятся в восприятии каждого слушателя.

С другой стороны, выявление доминирующих ценностных установок слушателей позволяет определить сходство картин мира и — более конкретно — позиций по обсуждаемому вопросу аудитории и оратора, которое влияет на успех коммуникации. Этот фактор под названием «идентификация» выдвигается на первое место в современных методах американской риторической критики и, прежде всего, в работах Кеннета Бёрка. Разные аргументы оратора могут апеллировать к разным социальным характеристикам одной и той же публики: один аргумент повлияет на слушателя, потому что он христианин, другой аргумент найдет в нем отклик, потому что он либерал, а третий будет воспринят благодаря профессиональной солидарности; и таким образом, в разные моменты времени аудитория представляет интересы различных «материнских социумов». Опытный ритор умеет

Литература

1. *Аристотель*. Риторика // Античные риторики: [Переводы] / Собрание текстов, статьи, коммент. и общ. ред. А. А. Тахо-Годи. М., 1978. С. 15–164.
2. *Волков В. В.* Неориторика Брюссельской школы // Неориторика: генезис, проблемы, перспективы: Сб. научн.-аналит. обзоров / Отв. ред. Н. А. Безменова. М., 1987. С. 47–69.
3. *Иванова С. Ф.* Путь к современной риторике. Ч. I. М., 1990.
4. *Burke Kenneth*. A Rhetoric of Motives. NY, 1945.
5. *Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L.* The New Rhetoric. A Treatise on Argumentation. Notre Dame, 1971.
6. *Porter James*. Audience and Rhetoric: An archaeological Composition of the Discourse Community. N. J., 1992.

использовать в своей аргументации различные качества аудитории, апеллируя к разным характеристикам одной и той же аудитории. По меткому выражению профессора А. А. Волкова, «оратор... — языковая личность, автор текста, устного или письменного, а аудитория — своего рода теоретический конструкт — продукт прогноза оратора, и в зависимости от того, какие свойства человека учитываются в этом прогнозе, аудитория будет развертываться в процессе аргументации различным образом» [2: 51].

Уместно здесь вспомнить, что Перельман и Ольбрехтс-Тытека отмечали: деление аудитории через аргументацию на группы теряет смысл, чем более экстремистские взгляды продвигает оратор [5: 23].

Специфика канала передачи речи в современном информационном обществе

Т. А. Сорокина

Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского

s.t.a.2007@inbox.ru

Интернет-коммуникация, канал передачи речи, текстовая организация коммуникативного пространства, разговорные варианты моделей предложения

Summary. The subject matter of the paper — is the peculiarity of the communication channel on the Internet. A close analysis of Forums, Chats and ICQ has given an opportunity to single out three types of text organization of Internet communication (text-conversation, discourse, Internet-discussion,) and to prove that the Internet uses both direct and indirect channels of communication.

1. Развитие информационных технологий привело к появлению **нового канала передачи речи**, который совмещает характерные признаки существовавших каналов, исконно считавшиеся взаимоисключающими, — графическую форму и спонтанность. Электронная коммуникация — это особая третья форма реализации речи, которая осуществляется посредством гибридного коммуникационного канала. С одной стороны, это искусственный опосредованный, т. е. косвенный канал передачи речи, свойственный письменной коммуникации. С другой стороны, это прямой канал передачи устно продуцируемой речи, характеризующийся спонтанностью, неустойчивостью текстовой организации, особым синтаксическим портретом. Наряду с этим в интернет-коммуникации активно функционируют и специальные средства электронного общения.

2. Продуктом всех видов коммуникации можно считать текст, при условии понимания этого термина как «реализации речевого замысла» [3: 105]. Рассматриваемые жанровые разновидности интернет-опосредованной коммуникации представлены чаще всего немонологаическими видами общения и характеризуются высокой степенью разноплановости текстовой организации.

Продуктом коммуникации, **опосредованной программой ICQ**, чаще всего является «**текст-разговор**», которому свойственна частая смена говорящего-слушающего, политематичность при наличии ведущей темы. Временная дистанция между репликами коммуникантов сокращена до минимума, что позволяет провести аналогию с устной беседой. В тех случаях, когда завершению разговора способствуют внешние факторы (внезапное отключение или перезагрузка компьютера, прекращение связи удаленного доступа с сетью Интернет и т. д.), можно говорить об **оборванном тексте-разговоре**.

В **Чатах**, или как их еще называют «болталках», чаще всего происходит общение ради самого общения. Большую роль в процессе такой коммуникации играет ситуация, в которую погружены участники разговора. Разнообразие тем, постоянно сменяющих друг друга, не позволяет во всем этом потоке выделить гипертему. Часто встречаются незавершенные разговоры, прерванные самими коммуникантами («больше говорить не о чем»). По мнению О. Б. Сиротиной, «такие факты разговорного общения можно назвать „**дискурсами**“». Путем реконструкции коммуникативного пространства Чат-дискурса выделяются несколько интерактивных линий, объединяющих двух и более собеседников; замечания модератора и **несостоявшиеся контакты** (отдельные реплики, оставшиеся без отклика). По своей текстовой организации интерактивные линии в большинстве случаев представляют собой тексты-разговоры, оборванные тексты-разговоры. Встречаются и **неразвившиеся контакты**, которые возникают вследствие молчания одного из коммуникантов и потери актуальности общения.

Организацию интеракции на **Форуме** можно соотнести с так называемой «почтовой дискуссией», ориентированной

на обсуждение одной проблемы. Перед нами результат коммуникации с явным наличием гипертемы, которую задает модератор. Развитие гипертемы происходит за счет поступления новых сообщений, оставленных посетителями на Форуме. Обозначим такой тип организации коммуникативного пространства как **интернет-дискуссия**.

3. В интернет-речи наряду с общелитературными конструкциями функционируют предикативные единицы, подвергшиеся разнообразным модификациям. В результате **структурной модификации** инварианта грамматической модели предложения в интернет-коммуникации, так же как и в разговорной речи (см.: [2]), функционируют единицы, сформированные по трем принципам (примеры представлены с соблюдением всех графических, орфографических и пунктуационных особенностей оригинала): 1) по принципу избыточности языковых средств: конструкции с именительным темой (*Ну так как раз те дети которые учатся они и сдадут егэ и поступят в вуз*), конструкции добавления (*Оказывается, что кутью сегодня носить надо.. в сочельник...*), вопросительные конструкции с дополнительной фразовой границей (*А ты что, еще не отнесла справку на биржу*); 2) по принципу экономии языковых средств: двупредикативные конструкции с *кто* (*Кто флудит убирайтесь!!!!!!!*), намеренно незавершенные конструкции (*Твои родители тебя любят, а ты...*), конструкции с элиминацией союзных средств (*Мама думает, я буду там работать*), слабоформальные построения (*еще б... мы еще и крестиком вышивать... и на машинке тоже...*); 3) по принципу экономии речемыслительных усилий: конструкции с экспансией именительного падежа (*Да надоели эти брюки заниженная талия*), с вынесением (*Ну помнишь которая ходила с нами девочка родила недавно...*), с рекурсивной группой «V + Gen» (*У нас у Маришки два зуба внизу*). Итогом **функционально-семантической модификации** предикативных единиц являются десемантизированные элементы, которые ориентированы на организацию общения, установление и поддержание контакта (*Ой, ты знаешь, не помню я уже свои школьные года*). Такие элементы призваны актуализировать внимание адресата и выполняют речерегулирующую функцию.

4. Компенсация отсутствия интонационного оформления и жесто-мимического сопровождения в интернет-речи осуществляется за счет **специальных средств** выражения эмоционального состояния говорящего: эмотиконов, анимации, графических, шрифтовых и цветовых выделений.

Литература

1. *Андреева С. В.* Речевые единицы устной русской речи: Система, зоны употребления, функции. Изд-во 2-е, испр. М., 2006.
2. *Лаптева О. А.* Русский разговорный синтаксис. М., 1976.
3. *Сиротина О. Б.* Тексты, текстотиды, дискурсы в зоне разговорной речи // Человек — Текст — Культура: Коллект. монография / Под ред. Н. А. Купиной, Т. В. Матвеевой. Екатеринбург, 1994. С. 105–124.

Императивные речевые жанры в романе И. А. Гончарова «Обыкновенная история»

Е. Н. Сороченко

ГОУ ВПО «Ставропольский государственный университет»

lingvburo@stavsru.ru

Речевой жанр, императивные речевые жанры, совет, просьба

Summary. The paper is dedicated to the study of imperative speech genres presented in the I. A. Goncharov's novel «A Common Story».

По определению Т. В. Шмелевой, императивные речевые жанры — «это тип речевых жанров, цель которых вызвать осуществление именуемого в них события» [2]. К императивным речевым жанрам относятся просьба, совет, приказ, требование, наказ, инструкция и др.

Цель данной работы — рассмотреть императивные речевые жанры, представленные в тексте романа И. А. Гончарова «Обыкновенная история».

По справедливому замечанию Т. В. Шмелевой, художественная речь предоставляет максимум возможностей для языкового воплощения того или иного жара речи [3: 573]. Обращение к тексту произведения И. А. Гончарова обусловлено частотностью использования имен императивных речевых жанров в романе, большим количеством диалогов, в которых реализуются исследуемые жанры.

В тексте «Обыкновенной истории» представлены следующие императивные жанры (с учетом типической концепции адресата):

- в общении равный-подчиненный (просьба, распоряжение, приказ (чаще всего в общении со слугами));
- в общении с родственниками (просьба, совет, наказ, предложение);
- в общении с друзьями (просьба, совет);
- в общении с лицами противоположного пола (обещание, клятва, совет, просьба).

По способу представления в тексте романа И. А. Гончарова можно выделить императивные речевые жанры, которые в тексте только названы (автором, персонажами), но не представлены (содержание читатель должен восстановить, опираясь на имеющийся у него социальный и языковой опыт и данные контекста); жанры, которые названы (автором, персонажами) и представлены в тексте, в том числе и включающие метакомментарии героев, называющие производимые ими или их собеседниками речевые действия (*советуете, не просите, просишь* и др.); жанры, которые представлены в тексте, но не названы (автором, персонажами).

При описании императивных речевых жанров следует также учитывать «цель речевого жанра, заинтересованность в исполнении действия, силу побуждения, характер отношений между автором и адресатом» [2]; наличие / отсутствие ответной реакции со стороны собеседника (диалог, монолог); структурные особенности РЖ, его отношение к другим жанрам в тексте (включен в более крупные жанровые формы / сам содержит речевые жанры); прагматический контекст (адресат, адресант, время, место, обстановка и т. д.); языковое воплощение речевого жанра.

Рассмотрим некоторые примеры.

Использование героями речевого жанра приказа обусловлено в первую очередь их социальным положением. Так, мать Адуева — *небогатая помещица* [1: 3]. Другие характеристики: *...говорили шепотом, чтобы не разбудить молодого барина* [1: 3], *все господское семейство только и состояло, что из Анны Павловны да Александра Федорыча* [1: 3].

На лексическом уровне приметой речевого жанра приказа является употребление глаголов побудительной семантики, на грамматическом уровне — использование повелительно-го склонения глагола (*поди-ка, посмотри*), побудительных предложений.

Речевой жанр просьбы представлен в большинстве контекстов не самостоятельно, а в структуре более крупных жанровых образований. Это просьбы, содержащиеся в пись-

мах, включенных в структуру романа (от Заезжалова, Марьи Горбатовой, матери Александра Адуева и некоторые другие), и собственно просьбы, адресованные персонажами друг другу и являющиеся составляющими семейной беседы, дружеской беседы и других гипержанров.

Просьба используется в отношениях между дядей и племянником, дядей и теткой Александра, Александром и теткой. Следует отметить, что в диалогах доминируют просьбы, связанные с восполнением эмоциональной нехватки, а не материальной. Просьбы Лизаветы Александровны к дяде также не связаны с материальной стороной вопроса, это, как правило, обращения к дяде с просьбой помочь Александру, выслушать его, дать совет. Просьбы дяди, адресованные Александру, чаще всего предстают как просьбы-поручения и сопровождаются объяснением, почему просящий нуждается в том, о чем он просит.

В качестве языковых экспликативов названного жанра выступают существительное «просьба», глагол «просить» в перформативном употреблении, различные императивы-конкретизаторы просьбы, а также языковые средства, называющие причины, мотивы, цели просьбы. Дополнительными языковыми средствами, формирующими речевой жанр просьбы, являются используемые адресатом обращения, формулы вежливости.

Речевой жанр совета актуализируется в беседах дяди и племянника, иногда тетки и племянника, реже других персонажей произведения. Следует отметить, что просьба Александра поддержать его советами высказывается только в начале произведения, однако советы дяди даются на протяжении всего романа. Дядя неоднократно подчеркивает, что племянник сам просил его советов: *Я это не для своего удовольствия делаю: ты сам просил моих советов. От скольких глупостей я остерег тебя!..* [1:73]. Обращаясь к дяде за советом, Александр использует коммуникативные ходы *апелляция к качествам партнера* и *апелляция к разуму* [1: 151, 153].

Многие советы можно сгруппировать по принципу «тематической» составляющей, так как они содержат указания о поведении в разных ситуациях повседневной жизни. Например, советы о том, как правильно жениться, об отношениях с друзьями, о выборе занятий и др.

Совет оформляется с помощью императива или сочетания глагола советую с инфинитивом; условной конструкцией с частицей *бы* (*Я тебе советовал бы запереться на это время в своей комнате, выпустить там весь этот пар и проделать все проделки с Евсеем, чтобы никто не видал* [1:72]).

Таким образом, в романе «Обыкновенная история» представлены разные императивные жанры, наиболее частотными из которых являются просьба и совет. Императивные речевые жанры выступают и в качестве самостоятельных образований в тексте романа, и в качестве составляющих более крупных жанровых форм (семейной беседы и т. д.), являясь важным компонентом речевого портрета персонажей.

Литература

1. Гончаров И. А. Собрание сочинений: В 8 т. Т. 1. М., 1952.
2. Шмелева Т. В. Императивные речевые жанры // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник. М., 2003. С. 207.
3. Шмелева Т. В. Речевой жанр // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник. М., 2003. С. 573–574.

Структура канона как смыслопорождающий фактор жанра

Г. Ю. Сызранова

Тольяттинский государственный университет

optima.60@mail.ru

Богослужебный текст, гимнография, структура канона, смыслопорождающий фактор жанра

Summary. The author of the paper examines prayer text context connection with its structural components. The role of Old Testament's hymns defining the canon part is traced in the paper. The connection between the canon's structure and its contents integrity is established.

1. Изучение жанра канона в отношении его структуры

1. Канон, как традиционный жанр богослужебного текста, имеет строго выдержанную структуру: девять частей выстроены соответственно девяти библейским песням, на тему которых или буквально повторяя которые составлены ирмосы, предваряющие каждую часть (песнь) канона. Содержательная же сторона данного типа текста варьируется соответственно теме (праздничный канон, богородичный или покаянный, умильтельный) и глубине поэтического таланта автора.

2. Все немногочисленные исследователи Великого канона прп. Андрея Критского (наиболее значимого и непревзойденного в поэтическом отношении творения этого жанра) отмечали особенности его структуры, но, к сожалению, эта специфика только обозначалась в некоторых аспектах. Так, профессор И. А. Карабинов [4] усмотрел определенную структуру каждой песни канона: в первой части каждой из песен преподобный Андрей беседует со своей душой, а во второй — обращается с воплем к Богу о помиловании. Он же отмечал тот факт, что в песнях канона не всегда сохранена точная библейская хронология. И. А. Карабинов указывал, что библейские повествования даются в первых восьми песнях, тогда как новозаветные — только в девятой. Но изучение Великого канона в переводе профессора Е. И. Ловягина [5] обнаруживает во всех песнях канона тропари, построенные на прямом или косвенном упоминании новозаветных откровений, притч, евангельских лиц и событий. Эти наблюдаемые особенности необходимо, конечно же, учитывать при рассмотрении структуры канона, но они в малой степени позволяют охватить целостно его содержание.

2. Роль ветхозаветных песен в структурной организации канона

1. Опыт изучения произведения преподобного Андрея позволил нам выделить в его структуре те смысловые части, которые выстроены (не творцом «стихир Святоградца», а преобразователем их в форму канона) на основе восьми ветхозаветных и одной новозаветной песни, а именно — на основе ирмосов. Подобный подход к структуре канона связан с тем, что ирмос (в переводе с греческого — «сплетение, связь») служит образцом для следующих за ним песен, которые называются тропарями (от греческого «обращаюсь») [3]. Таким образом, если не размером и напевом (что затруднительно: первое вследствие перевода с греческого на церковнославянский; второе — в связи с практикой чтения тропарей), то темой, связующей их в единое целое — песнь, ирмосы должны быть связаны с содержанием тропарей.

2. С этой точки зрения становится понятным, почему новозаветные образы являются исключительным содержанием последней (9-й) песни Великого канона: содержание ирмоса данной песни новозаветное — песнь Пресвятой Богородицы. Такое же соответствие объясняет нам преобладающее количество ветхозаветных образов в восьми первых песнях, ирмосы которых построены на ветхозаветных образцах. Хронологическая последовательность, соблюдавшаяся составителем, не препятствует этому соответствию, так же, как редкое отступление от нее не ведет к нарушению структуры Великого канона. Здесь тема определяет последовательность ветхозаветных образов грешников и праведников, единая тема — всецелое покаяние и горячая молитва кающейся грешной души человеческой [1].

3. В восьми первых песнях канона обращает на себя внимание содержание тех тропарей (а их в данной части 29 при 96, содержащих образы ветхозаветные), которые содержат новозаветные образы и аллюзии. Нами рассмотрены данные тропари с точки зрения соответствия их содержания теме ирмосов песен, в которых они содержатся. Так, оказалось,

что только во 2-й и 6-й песнях упоминается преподобным песнотворцем святой апостол Петр. Этот новозаветный образ приобретает у преподобного Андрея связь с образом погибающего в волнах искушений грешника, спасение которого возможно только по Божией благодати. Именно звание к Спасителю «из ада преисподняго» и является основополагающей темой ирмосов 2-й и 6-й песен канона [2].

4. Интересно рассмотрение содержания тропарей 4-й песни Великого канона в их тематической связи с ирмосом, построенным на основе молитвенной песни пророка Аввакума (Авв. 3, 1–19). По мнению одного из комментаторов, после Исаяи самым могучим евангелистом среди пророков был именно Аввакум [6: 305]. Содержание ветхозаветной песни дает величественную картину «явления Иеговы в мир для суда над врагами Его царства и для спасения Своих избранных во главе с помазанником Своим» [6: 303]. Православная Церковь усматривает в книге пророка Аввакума особенно ясное пророчество о грядущем Христе Спасителе. По толкованию архиепископа Филарета [7], молитва пророка имеет повторенное до трех раз слово «села», которое на греческий переведено как «диапсалмия». В еврейском «села» или «салах» означает «возбуждать, возвышать», отсюда исследователь песнотворцев приводит параллель, данному слову в нашем богослужении — это возглас «горе сердца», а в отношении к пению — повышение голоса или мелодии.

5. «Диапсалмическая» направленность 4-й песни Великого канона отражается в тропарях, имеющих в своей основе новозаветный материал. Это Судия при дверех, Тело и Кровь Христовы, Распятие, смирение мытаря и осуждение фарисея. Возводя ум кающегося «горе», и тропари ветхозаветного содержания этой части канона представляют его взору образы праведников высокой духовной силы. Это праотец Иаков и многострадальный Иов. Образ же чувственного и грубого нравом Исава, продавшего свое первородство, дан псалмопевцем как антипод, еще более усиливающий и возвышающий образы ветхозаветных праведников.

3. Взаимосвязь структуры канона и целостности его содержания

Читатель канона, опираясь на ирмосы, связующие произведение в единое целое и определяющие образное содержание его песней, воспринимает его смысловое поле как комплекс, смыслопорождающим фактором которого является традиционная, строго упорядоченная структура этого гимнографического жанра. Таким образом, высшим в иерархическом отношении моментом изучения поэтики канона как особого, специфического жанра богослужебной гимнографии следует признать осмысление его структурного содержания, что, на наш взгляд, способствует его целостному восприятию.

Литература

1. Великий канон святого Андрея Критского. С толкованием уроков покаяния епископа Виссарiona (Нечаева). М., 2004.
2. Великий канон. Творение святого Андрея Критского (с параллельным русским переводом), читаемый в понедельник, вторник, среду и четверг первой седмицы и в четверг пятой седмицы Великого поста / Пер. Н. Кедрова 1914 г. М., 2000.
3. *Игнатия, монахиня*. Церковные песнотворцы. М., 2005.
4. *Карабинов И. А.* Постная Троица. Исторический обзор ее плана, состава, редакций и славянских переводов. СПб., 1910.
5. *Ловягин Е. И.* Богослужебные каноны на греческом, славянском и русском языках. СПб., 1875.
6. Толковая библия, или Комментарий на все книги Св. Писания Ветхого и Нового Завета / Издание преемников А. П. Лопухина. Т. 2. Петербург, 1908–1910, 1913 (2-е изд. Института перевода Библии. Стокгольм, 1987).
7. *Филипп (Симонов), игумен*. Училище покаяния: Схолии на полях Великого канона. М., 2007.

Этикетные речевые жанры в динамике

Т. В. Тарасенко

Сибирский федеральный университет (Красноярск)

tvt2004@mail.ru

Этикетные речевые жанры, новое в функционировании

Summary. The paper analyzes the situation with the etiquette genres in modern speech practice. The changes in the functioning of the speech genre during the last ten years are shown. These changes are as following: 1) the appearance of the new speech genres in general and the new etiquette genres in particular and their language fixation; 2) the broadening of the functional sphere; 3) the changes of the etiquette speech genres in the content aspect.

Одной из задач, которые ставит сегодня перед собой жанроведение, является не только теоретическое осмысление, но и создание «портретов» речевых жанров.

Что нового наблюдается в функционировании этикетных речевых жанровых (далее — ЭРЖ) за последние пятнадцать лет?

За последнее время произошло «расшатывание» этикетных ситуаций: открытость общества привела к появлению новых социальных, финансовых и т. д. институтов, предметов быта, заимствованию не только новых слов, но и к заимствованиям в культурной жизни общества, точнее сказать, произошел прямой перенос в российскую действительность некоторых телевизионных шоу, журналов, праздников и т. п. Появление новых ЭРЖ можно считать следствием такого «переноса».

В связи с вручением всевозможных премий в СМИ начал новую жизнь жанр — ответная благодарственная речь. В прессе отмечались случаи неприятия нового жанра как образца другой — чужой культуры. Например: (1) *Лауреатам было заранее предложено написать речи. Справился с этим тяжелым заданием лишь Гандлевский (кстати, совсем недавно он был облакан и малым Букером). Савельев после долгой паузы устало выдал одно слово: «Спасибо».* А Бакин вообще не пришел, поручив зачитать текст в три строчки своей супруге (газ). Журналист описывает не только церемонию вручения премии, но и появление нового ЭРЖ — ответной благодарственной речи, которая должна быть написана заранее, произнесена или прочитана на церемонии вручения самим лауреатом. Это развернутый текст, состоящий не только из одного стандартного клише «Спасибо»; в нем должны быть упомянуты те лица, имена которых лауреат хочет отметить особо. Новый жанр включает в себя и невербальные элементы: слезы, поклоны, прижимание рук к груди, воздушный поцелуй, которые обычно функционируют в коммуникации как эквиваленты ЭРЖ благодарности. Свидетельством освоения данного жанра может служить и факт, на наш взгляд, свободного продуцирования подобных текстов молодым поколением — студентами: 1) *Дамы и господа! Этот момент мне снился с детства. Огромное спасибо, что вы признали меня лучшим из лучших. Это победа. Но главная победа — роль в фильме режиссера С. Ему отдельное спасибо. Всех очень люблю!;* 2) *Здравствуйте! Благодарю за оказанную честь, ведь я — первый русский сценарист, получивший столь престижную премию. Хочу поблагодарить свою семью за поддержку. Маме и папе — отдельное спасибо за рождение столь гениального ребенка. Большое спасибо всем, кто меня любит! Я вас тоже люблю!*

Следующий пример появления новых ЭРЖ — это поздравления с Днем святого Валентина, который стал популярен благодаря СМИ. Например: *День Святого Валентина хорош и тем, что его нет в официальном календаре. А для подарка достаточно какой-нибудь мелочи, которая непременно должна иметь «знак» Дня влюбленных — сердце. Это может быть самодельная открытка, а в ней несколько нежных слов, коробочка конфет или ароматного чая в форме сердца, вкусный пирог, а впрочем — любая вещь, преподнесенная вместе с «валентинкой»* (журн.). При этом, как правило, не сообщается, что празднование Дня святого Валентина носит для европейцев скорее ироничный и шуточный характер; а для американцев «валентинка» это не только поздравление, но и уведомление об увольнении с работы [1]. Главный атрибут Дня всех влюбленных — это «валентинка», поздравительная открытка в форме сердца или с его изображением. Вот какое наставление дается в молодежном журнале: *Ты, конечно, помнишь, какой самый*

важный день в феврале. Без сомнения, День святого Валентина! Если тебе приятно радовать своего парня и подружек, делая им маленькие сюрпризы, настало время действовать! В этом месяце не обойтись без валентинок. Хорошо бы соблюсти два условия: валентинка не должна быть слишком дорогой и еще ее принято дарить инкогнито. А значит, ты можешь с утра пораньше бросить в почтовый ящик своего молодого человека или друзей открытку без подписи. Получить валентинку приятно всем без исключения, тем более что кто-то, может быть, еще не нашел себе пару и обречен провести День все влюбленных в одиночестве (журн.). «Валентинки» — это открытки с уже напечатанными поздравлениями-четверостишиями, которые не требуют дополнительного текста, нужно только написать имя адресата, например: *Хочу быть с тобой в День Св. Валентина... и всегда!* или *Неважно, мы счастливы или грустны... или ужасно раздражены... Неважно, богаты мы... или бедны... А важно лишь то, что мы влюблены!* Особенность подобных поздравлений, что в них не присутствует сама формула поздравления *Поздравляю с Днем Влюбленных (с Днем Святого Валентина)*, которая была бы обязательной в русской традиции. Эта же тенденция наблюдается в поздравительных открытках последних лет, например, поздравление с Днем рождения: *Мама, спасибо, что ты всегда рядом... когда мне так нужна твоя поддержка! С Днем Рождения!*

Другим примером появления и освоения новых этикетных форм стал мобильный телефон и Интернет. Сегодня электронные поздравления вытеснили эпистолярные (открытки) на периферию общения, что подтверждает, например, рефлексия адресата в ответ на новогоднюю открытку: *Спасибо за открытку — Вы из немногих почитателей этого жанра, я давно сошла с дистанции, ограничиваюсь электронной почтой.*

СМС-поздравления посылаются только в день праздника в отличие от открыток. Примеры разных СМС-поздравлений (адресаты разного возраста от 14 до 60 лет): 1) *А. Привет дорогая! Поздравляю тебя с днем рождения, желаю счастья, здоровья, любви и всего самого наилучшего!!! Целую!!!!* Б. *Тимочка, зайка Спасибо!!!!* 2) *А. Поздравляю с новым годом! Пусть начнется новым взлетом к лучшим жизненным высотам и хорошим в банке счетом, принесет в делах согласие, в личной жизни много счастья! Б. Твои бы слова да босу в уши ☺ С новым годом!* 3) *Спа-си-бо! Поздравляю тебя, А., В.! Будьте! Пусть год будет добрым, надежным, счастливым!* 4) *С 8 Марта! Мечты сбываются ☺;* 5) *С праздником, чудо-женщина! Весну в мыслях, душе и сердце!* 6) *Желаю вам, девушки, обновления, любви, любви, любви!*

Поздравления посредством Интернета может иметь разные способы: через электронную почту, через известные порталы «Твой мир», «Одноклассники», «В контакте» и т. д. Например: 1) (8.03. на сайте «Погода. Mail.ru» Красноярск) *Роман Антоненко сообщает -8°C 08.03.2009 17:47 Красноярочки! С 8 Марта! Счастья, Любви, Долголетия и всего — всего...! А также маленьких россиянок!!!;* 2) (электронная поздравительная открытка) *Т., дорогая, с праздником! Радости, любви, удачи, исполнения даже самых невероятных проектов. Л.;* 3) (из электронного письма) *Т., с праздником! Желаю Вам побольше радостей из самых разных источников, в том числе неожиданных. Суть этикетного общения остается прежней, меняется скорость доставки, масштаб общения, сейчас для сохранения формы используются специальные электронные открытки на сайтах «Открытки.ru», «Давно.ru» и т. п.*

Анализ исследуемого материала показал, что ситуации общения, отношения между автором и адресатом в СМС-

сообщениях мало отличаются от функционирования этикетных речевых жанрах в повседневной коммуникации, примеры из переписки молодых девушек 16 лет: 1) А. *Привет! Что делаешь?* Б. *Ем. Спасибо* ©; 2) В. *Настюх!!!* =))) *Настюх а ты че покрасилась?* Г. *Я по природе блондинка, но уже лет 5 скрываю это*))) *Как самочувствие?* В) *Норм! Спасибо большое!!!!!!!* А это переписка между взрослых авторов: 3) *Здравствуйте. Это Н. Нужна помощь. Срочно нужна однокомнатная квартира. Где-то на полгода. Поде-*

литесь информацией. Заранее спасибо; 4) А. *Это Г. Технику с утра устанавливать?* Б. *Сегодня мне техника не нужна, спасибо за беспокойство;* 5) В. *Здравствуйте, извините, я сегодня не смогу приехать: отравилась. Г. Выздоровляйте. В. Спасибо.* 6) *Все получила. Спасибо. Вы завтра едете? Подвезти?*

Литература

1. Томахин Г. Д. Реалии — американизмы. М., 1992.

Функционирование имен прилагательных в публицистическом стиле речи

А. М. Тарасов

ГОУ ВПО «Набережночелнинский государственный педагогический институт»

Alex_16-16@mail.ru

Публицистический стиль, субстантивированные прилагательные, функционирование

Summary. The paper deals with the use of adjectives in publicistic style. Functional peculiarities of adjectives in mass media are described.

Основной функцией публицистического стиля является воздействующе-информативная с акцентом на аспекте воздействия.

Характерными особенностями публицистического стиля являются: императивность, повышенная эмоциональность, открыто выраженное оценочное отношение к сообщаемому факту. Большую роль играет экспрессия. Она помогает сделать речь наглядной и легче запоминаемой. Для создания экспрессии вступают в метафорические сочетания определенные разряды слов, фразеологизмы обновляются стандартными приемами. Поэтому характерной особенностью публицистического стиля является наличие в нем речевых стандартов, стереотипов. Языковые стандарты облегчают читателю получение нужной ему информации, поскольку текст усваивается быстро, целыми смысловыми блоками. Специфика газетно-публицистических стандартов, отличающих их от стандартов деловой речи, заключается в их социально-оценочном характере.

Качественные прилагательные, в которых наиболее полно выражаются грамматические черты данной части речи, обладают самыми яркими экспрессивными свойствами, так как в их семантике заключены разнообразные оценочные значения: *добрый, большой, сладкий*. Даже их употребление в прямом значении делает речь выразительной, а употребление в переносном значении усиливает их образную энергию. В публицистике нам встретились примеры «нагромождения» однотипных имен прилагательных: *За внешностью дивчины-красавицы скрывается холодный, расчетливый, жесткий и жестокий политик* [1: 5]. Как видим, в данном примере обилие прилагательных помогает создать контраст и этим усилить экспрессию. Большое количество имен прилагательных входит в состав публицистической фразеологии: *официальная версия* [2: 11], *большая политика* [4: 4]. Некоторые прилагательные встречаются в составе так называемых штампов: *К Медведеву перейдет сакральный символ власти — «ядерный чемоданчик»* [4: 4].

Вопрос о речевых штампах в стилистике является дискуссионным. Однако в отрыве от контекста нельзя судить, где действительно речь идет о штампах. Так, в политических призывах и выступлениях перед публикой эти словосочетания вполне уместны и попытка высказаться оригинально может привести к искажению смысла речи. О штампах же может быть речь только в том случае, когда под видом творческой находки выступает хорошо известная банальная метафора. Таким образом, штамп — это подделка под творческое. В текстах современных периодических изданий также присутствуют заимствованные несклоняемые прилагательные: *Выступив на телеканале «Имеди», тот разразился обвинениями в адрес экс-приятеля и через сутки был арестован* [2: 11].

Большой интерес представляет субстантивация, при которой слово, принадлежащее к какой-либо части речи (причастие, прилагательное, числительное), приобретает признаки имени существительного.

В современном русском языке пласт субстантивированных слов пополняется за счет образований, идущих прежде

всего из разговорной речи: *медицинский, педагогический, выпускной, вступительные, мобильный*. Большое количество примеров субстантивации имен прилагательных обнаруживается и в публицистике (*Последний, как известно, — главный идеолог и разработчик впервые принятого трехлетнего бюджета* [3: 2]).

Часто в средствах массовой информации встречаются политические термины *левые* и *правые* (*Левые выступили с программой экономического преобразования России* [3: 2]). Под этими характеристиками подразумеваются приверженцы определенных политических взглядов. Так, в советское время под левыми подразумевались демократы, под правыми — противники демократических преобразований. В настоящее время их значения поменялись. Эти субстантивированные прилагательные обладают частичной (ущербной) парадигмой словоизменения: они употребляются в основном во множественном числе. Такая грамматическая форма говорит о массовости обозначаемого, не персонифицирует предмет номинации.

В последнее время для определения политических и общественных взглядов употребляются субстантивированные прилагательные, обозначающие цвета: *оранжевые, зеленые, голубые*. В современном русском языке данные субстантиваты соотносятся с какими-либо экстралингвистическими реалиями и обозначают качество как признак относительный. Наиболее интересным является субстантивированное прилагательное *зеленые*. Во время гражданской войны, наряду с красными и белыми, зелеными называли отряд под предводительством Нестора Махно. В современной лексике это слово имеет три переносных значения: 1) обозначает долларовые купюры; 2) обозначает подростков, молодых людей; 3) ассоциируется с работой экологических партий. Таким образом, субстантиват *зеленые* многозначен.

Недавно в речевой обиход вошло субстантивированное прилагательное *оранжевый*, обозначающее направление политического развития (*Выборы показали, что Украина по-прежнему расколота надвое: половина населения голосует за оранжевых, половина — за их противников во главе с Партией регионов В. Януковича* [3: 2]). Появление этой лексемы связано с революцией в Украине в 2004 году. Однако данная субстантивация неустойчива: наряду с самостоятельным использованием в речи прилагательного в роли существительного популярны и словосочетания *оранжевая революция, оранжевое будущее: Противники оранжевой революции ушли в глухую осаду* [3: 2].

Таким образом, функционирование прилагательных в СМИ подчиняется главной функции публицистического текста — воздействующей, поэтому большинство имен прилагательных приобретает экспрессивный оттенок.

Литература

1. Вандышева О. Женщины во власти должны быть немного мужчинами // Комсомольская правда. 2007. № 146-т / 40 (23979-т).
2. Зотов В. Грузия: шоу должно продолжаться // Аргументы и факты. 2007. № 41 (1406).

Метаязык бизнеса как самодостаточный феномен русского языка

О. А. Ускова

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

olgauskova@mail.ru

Метаязык бизнеса, языковое пространство

Summary. This paper presents continuum description of business metalanguage as new linguistic phenomena. The language volume concept is considered in details from different points of view, such as logical, synergetic, cognitive linguistics. Business metalanguage volume is being modeled within the frame of conceptual integration G. Fauconnier theory. According to Fauconnier theory hyper-volume is formed on the basement of incoming volumes. Above volumes are conceptual, intentional and style. Each of mentioned volumes is linked to volume of reference.

Формирование метаязыка бизнеса началось в конце 90-х годов XX столетия и к настоящему времени, несмотря на незавершенность процесса становления, можно говорить о наличии отдельного подпространства метаязыка бизнеса в русском языковом пространстве. Действующая система адекватно реагирует на флуктуации, не позволяя им усиливаться, что также свидетельствует о достаточной сформированности и определенной устойчивости метаязыка бизнеса, подпространство которого ограничено спецификой тематической и ситуативной обусловленности, иными словами референцией, т. е. той частью действительности, которая соотносена со сферой бизнеса.

Референция, в свою очередь, определяет составляющие языкового пространства, рассматриваемого в рамках теории концептуальной интеграции М. Тернера — Ж. Фоконье, где подпространство метаязыка бизнеса принимается за гиперпространство, в которое естественным образом включаются: концептуальное (объекты — концепты, общие понятия, актуальные смыслы), интенциональное (объекты — интенции) и стилевое (объекты — тексты) пространства.

Соответствующее языковой реальности описание метаязыка бизнеса требует использования различных подходов: логического, когнитивного, синергетического. Использование логического и когнитивного подходов позволяет адекватно представить конституирующую составляющую русского языкового пространства метаязыка бизнеса, а применение синергетического — динамическую.

В настоящее время уровень хаотичности системы метаязыка бизнеса соответствует состоянию внеязыковой реальности, а тематико-ситуативные характеристики пространства референции имеют высокий уровень вероятности и достаточно условны: в процессе реальной бизнес-деятельности возникают новые модификации и конфигурации пространства референции в связи с появлением соответствующих видов бизнеса и бизнес-процессов.

Анализ конфигураций концептуальной, интенциональной и стилевой систем позволяет сделать вывод о неравновесности системы метаязыка бизнеса в целом, что вызвано противоречиями, возникающими в результате воздействия системы английского языка с ее средствами профессионального общения бизнес-среды, с одной стороны, и наличием собственных средств и приемов в системе русского языка — с другой. В то же время отмечается относительная устойчивость системы метаязыка бизнеса, о чем свидетельствует наличие ядра концептуальной и интенциональной систем данного метаязыка, а также достаточная оформленность текстовых единиц.

Полностью детерминированное движение системы задают базовые концепты: *бизнес, товар, менеджмент* и коррелирующие с тематическими полями референции концепты основных бизнес-процессов: *стратегия, финансы, проект, маркетинг, логистика, HR, PR*, порождающие соответствующие функционально-семантические поля (ФСП). Концепты, общие понятия и некоторые достаточно устойчивые актуальные смыслы метаязыка бизнеса выступают в качестве аттракторов (зон устойчивости) данного пространства. Устойчивость концептуальной системы обеспечивают ФСП «Стратегия» и «Финансы», где в наибольшей степени задействованы лексические единицы русского языка. В то же время отмечается большое количество дублетов: ФСП «Маркетинг», «Логистика», «HR» и «PR» содержат около

30% новых слов в силу принципиальной новизны этих бизнес-процессов для российской действительности. Однако сам факт замены англицизмов свидетельствует о том, что система русского языка адаптируется к новым условиям внеязыковой реальности.

Интенциональное пространство языковой системы по своей сути неустойчиво, но к настоящему моменту интенциональный строй метаязыка бизнеса в достаточной степени сформирован, что позволяет обеспечить реальную бизнес-коммуникацию. В качестве аттракторов данного пространства выступают базовые интенции: *информирование, волеизъявление, побуждение, обязательства, выражение эмоций, запрос информации, установление контакта*. Эти интенции формируют конституирующую составляющую метаязыка бизнеса путем образования коммуникативно-семантических групп: *репрезентативы, декларативы, директивы, комиссивы, экспрессивы, рогативы, контактивы*. В реальном общении в качестве аттракторов могут выступать «малозначительные» интенции, в результате чего система начинает действовать вопреки ее детерминированности. С позиций синергетики, такое поведение языковой системы представляет собой естественное состояние развивающейся материи (в данном случае — языковой).

Связь объектов интенционального и концептуального пространств отчетливо прослеживается в реальной коммуникации, в процессе которой объекты интенционального пространства определяют выбор объектов концептуального пространства и языковых средств их вербальной реализации.

Стилевое пространство метаязыка бизнеса (его ядро) формируется под действием конструктивно-стилевого вектора (КСВ) специальной книжности (по В. Г. Костомарову), а наличие жанров текстов письменной речи и ограничений на использование языковых средств обеспечивает его устойчивость. Показателем недостаточной оформленности являются реакции текстов на воздействия КСВ разговорности и КСВ масс-медиа, что приводит к нарушениям стилевых норм. Расширение данного пространства происходит под влиянием изменения пространства референции, с одной стороны, и английского языка — с другой, что вызывает увеличение количества жанров текстов и качественные (стилистические) изменения.

Система метаязыка бизнеса оказывается в неустойчивом состоянии под воздействием случайных факторов, вызывающих флуктуации. Стереотипные ситуации общения предполагают устойчивые смыслы, которые, в свою очередь, имеют типичную форму презентации, что не нарушает относительной устойчивости системы, поскольку они действуют в постоянном поле интерпретации. Однако бизнес-среда отличается наличием рисков, что порождает нетипичные ситуации. Как следствие, текстовые единицы содержат нестереотипную информацию, для восприятия и интерпретации которой требуется применение системы метаязыка бизнеса в целом, поскольку для понимания информации в полном объеме недостаточно устойчивых репрезентаций актуальных смыслов.

Таким образом, метаязык бизнеса является системой, целостность которой обусловлена не столько результатом ее предшествующего развития, сколько определяется способностью сохранять в определенном временном измерении устойчивость.

Русское профессиональное просторечие как объект лингвистического исследования

О. В. Фельде

Сибирский федеральный университет (Красноярск)

Feldeo@list.ru

Профессиональное просторечие, профессионализм, профессиональный жаргонизм, эмотивность, экспрессивность, образность

Summary. The problem of professional substandard language is researched. The topical issue of its study is identified. The questions of emotional breadth and expressiveness of professional word are determined; the types of expressiveness and kinds of emotional breadth nomination are considered.

Русская профессиональная лексика различных ремесел, промыслов и производств не раз становилась объектом лингвистического исследования. Она рассматривалась в диахроническом аспекте (О. Н. Трубачев, О. В. Борхвальдт, Г. Л. Гладиллина и др.), диалектологическом (О. И. Блинова, В. В. Палагина и др.), социолингвистическом (В. Д. Бондалетов, В. А. Хомяков и др.), ономазиологическом (В. Н. Прохорова и др.), лексико-семантическом и семантико-стилистическом (Л. М. Карпухина и др.), мотивологическом (Е. А. Штейнгард и др.), функционально-стилистическом и сопоставительном (Н. К. Гарбовский), в свете теории дискурса (М. И. Солнышкина и др.). См. подробнее: [1]. Большинство отечественных лингвистов рассматривает профессиональное просторечие как одну из разновидностей социолектов национального русского языка, акцентируя внимание на стилистической маркированности его лексических единиц. Тем не менее, многие вопросы, связанные с феноменом профессионального просторечия — устной некодифицированной формы бытования языка для специальных целей, — остаются неисследованными. Прежде всего, это касается специфики профессионального просторечия сравнительно со стихийно сложившимися терминологиями и упорядоченными терминосистемами — с одной стороны, и разговорной (общенародной и диалектной) речью, — с другой. Остро стоит проблема «терминологической полифонии» («профессиональный дискурс», «профессиональное просторечие», «профессиональный жаргон», «профессиональный сленг», «профессиональный язык», «профессиональный диалект», «профессионально-диалектное просторечие» — эти и тому подобные наименования порою неоправданно используются как абсолютные синонимы. Дискуссионный характер носит сама проблема вовлечения некодифицированных единиц в круг объектов исследования «науки о терминах». Между тем, как показывают работы последних лет ([2] и др.), в настоящее время «налицо тенденция замены стандартизованной терминологии профессионализмами, и это говорит о том, что ряд стандартизованных терминов, созданных учеными с ортологическим подходом к терминологии, не соответствует условиям речевого обихода» [3: 236]. Нуждаются в дальнейших исследованиях маркирующие единицы профессионального просторечия: профессионально терминованные наименования, профессионализмы, профессиональные жаргонизмы и арготизмы, характер их семантической и стилистической связи с соответствующими терминами, а также роль неофициальных специальных наименований в отображении профессиональной языковой картины мира. Из этого следует, что разносторонний анализ и системное лингвистическое описание русского профессионального просторечия входит в круг первоочередных задач русистики. Источником исследования в настоящей работе служит профессиональное просторечие работников ведущих отраслей промышленности РФ:

алюминиевой, глиноземной, золотодобывающей, деревообрабатывающей. Профессиональное просторечие рассматривается как лингвистический и социально-профессиональный феномен, порожденный экстралингвистическими и собственно лингвистическими факторами. Это особая функционально-семиотическая область языка для специальных целей, маркирующие единицы которой (профессионализмы и профессиональные жаргонизмы) находятся в системных отношениях с кодифицированными специальными наименованиями. Термин и некодифицированное наименование могут иметь одинаковое логико-предметное значение, но различаться по наличию-отсутствию эмотивного компонента: чугунок — чугунно-литейный цех; фашист — насос 6ФШ-7А. Носителями профессионального просторечия являются все представители отрасли, в том числе работники с высшим образованием, которые употребляют неофициальные специальные наименования сознательно в зависимости от ситуации общения.

Анализ конкретного материала показал, что в основе появления экспрессивно-эмоционально-оценочных профессиональных наименований лежат различные когнитивные сценарии. Семантика таких специальных слов культурно обусловлена (см., например: *баба яга* — «шест с двумя штырями, предназначенный для стягивания плоских листов металла» — глинозем.; *крематорий* — «Красноярский алюминиевый завод» и др. Объекту номинации субъективно приписываются признаки, которые носят оценочный характер. Особенно ярко это проявляется в профессиональных жаргонизмах. Называя объект, некодифицированное профессиональное слово характеризует его, передает отношение к нему говорящего. Так, электролизер, который не дает технологических сбоев, работники Красноярского алюминиевого завода называют «матушкой», «кормилицей», а неисправный — «корытом» [5].

Изучение профессионального просторечия в свете лингвистической теории эмоций будет способствовать углублению наших представлений о таких фундаментальных проблемах современного языкознания, как «язык и психика», «язык и личность», «язык и когниция».

Литература

1. *Гринев-Гриневич С. В., Гринева В. П., Минкова Л. П., Скотюк П. Г.* Указатель терминологических диссертаций. Справочное пособие. Белосток; М., 2006.
2. *Карпухина Н. М.* Лексико-семантические процессы в русской терминологии товарно-денежного обращения: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2009.
3. *Татаринев В. А.* Общее терминоведение. Энциклопедический словарь. М., 2006.
4. *Шаховский В. И.* Лингвистическая теория эмоций. М., 2008.
5. *Штейнгардт Е. А.* Мотивационный словарь профессиональной лексики алюминиевой промышленности / Ред. О. В. Фельде (Борхвальдт). Красноярск, 2005.

Опыт риторического портрета хрестоматии: «Родная речь», 1959 г.

Г. Г. Хазагеров, Т. В. Ульянова

Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону)

khazagerov@gmail.com, uyanova@spark-mail.ru

Развитие речи, топосы, риторика

Summary. In the report deals with the topic for chrestomathies and textbooks on the development of speech. The authors attempt to make a rhetorical portrait of one of these chrestomathies.

В сложившейся культурно-языковой ситуации проблемы развития речи школьника становятся крайне актуальными. Однако такая традиционная форма развития речи, как книга

для чтения, хрестоматия остается мало изученной. Те риторические знания, которые сегодня вновь стали достоянием науки и получили дальнейшее развитие, к описанию хресто-

матий не применялись. Настоящий доклад — попытка найти подход к портретированию хрестоматии, осуществленная на материале «Родной речи» пятидесятых годов, то есть того периода, когда задачи развития речи в условиях массовой урбанизации решались в целом достаточно успешно.

Любая хрестоматия призвана задавать образцы: нравственные, идеологические, языковые. Причем именно языковые являются самой ее сутью, так как хрестоматия учит, в каких категориях говорить и думать о том или ином предмете. Она поставляет одновременно когнитивный и коммуникативный инструментарий. При этом она указывает и на источники этих образцов, производя своеобразную кодификацию и авторов и текстов.

Риторический портрет хрестоматии предполагает ответ на вопрос о том, какие именно инструменты в области инвенции, диспозиции и элокуции актуализируют данное собрание текстов. Выявление этих инструментов производится герменевтически, то есть исходя лишь из имеющегося текста хрестоматии. Критерий такого выявления основан на принципе герменевтического круга и в первом приближении сводится к двум принципам: повтору и метаописанию в тексте. Повторы одних и тех же общих мест, словесных формул, особенно повторы контактные, т. е. встречающиеся в смежных отрывках текста явно свидетельствуют об актуализации. Под метаописаниями мы понимаем вопросы к текстам, задания и примечания. Их роль в актуализации материала не нуждается в доказательстве.

В области инвенции в «Родной речи» выделяется несколько общих мест, причем наиболее настойчиво эксплицируются те из них, которые связаны с господствовавшей идеологией. Даются образцы и рекомендации композиционно-словесного выражения каждого из этих общих мест. Прямым эффектом этого может быть умение должным (идеологически выверенным) образом рассуждать на данную тему, что может обслуживать эпидейктическое красноречие: умение выступить на торжественном собрании и прочее. Однако побочный эффект от умения пользоваться общими местами выходит и за пределы идеологии, и за узкие коммуникативные рамки торжественного красноречия.

Самым активным из общих мест является тоpos «раньше и теперь», т. е. сопоставление жизни до революции с жизнью после революции. Сопоставление строится с помощью антитезы. Словесные описания представляют собой вид энергии, называемый в риторике хронографией — описанием времен. Хронография обслуживается соответствующей композицией, в которой основная часть делится на две: «тогда» и «теперь».

Вторым по значимости тоposом является тоpos всеохватности: «от и до», называемый иногда имперской формулой и применяемый главным образом к описанию Родины. Это энергия, называемая хронографией. Она также строится на антитезе, контрастных описаниях («север — юг», «город — село»). Композиционная схема — открытая. Амплифицированность и связь с торжественным красноречием теснее.

Третьим является тоpos, не связанный с идеологией, реализующийся, впрочем, в рамках темы родной природы. Его можно обозначить как природные катаклизмы (гроза, лесной пожар). Здесь отрабатываются соответствующие виды энергии: анемография, дендрография. В композиционной схеме имеется развитие действия, кульминация и развязка. Амплификация присутствует и здесь в виде градации.

Если оценивать риторический инструментарий данной хрестоматии в целом, можно констатировать ее скорее когнитивную, чем коммуникативную направленность, слабую ориентацию на горизонтальные социальные связи, умение общаться, договариваться и т. п. Однако решение когнитивных задач и задач торжественного красноречия (обслуживания вертикальных связей) решается добротнее, так что в качестве эффекта можно предположить умения составлять тексты-описания и несложные тексты-повествования. Ориентации на тексты-рассуждения и тексты-диалоги нет.

Если оценить саму возможность портретирования хрестоматии, то в первом приближении представляется, что в такой портрет должна входить некая персонификация (авторы, особенно те, о которых сообщаются биографические сведения, исторические личности и литературные персонажи), библиография и тоposes с обслуживающими их композиционно-лексическими средствами.

Разговорные неологизмы и жаргонные выражения, основанные на билингвизме

О. А. Шарипова

Стерлитамакская государственная педагогическая академия имени Зайнаб Бишшевой

CD-Olga2007@yandex.ru

Зайнаб Бишшевой, жаргонизмы, тюркизмы, неологизмы, просторечие

Summary. This paper deals with the influence of the turkic lexicon of russian spoken language on Republic Bashkortostan. Particular attention is paid to the speech of young people, which penetrate turkizms. Some theses about differentiation of colloquial lexicon from jargons are given. It enables to understand some features of modern city speech.

Республика Башкортостан является одним из уникальных регионов нашей страны по многообразию представленных в ней этносов, культур, языков. Ее многонациональность, являясь важным источником развития и взаимного духовного обогащения народов, предполагает свободное развитие и равноправное использование всеми гражданами родных языков, а также овладение башкирским языком как государственным языком и русским в качестве языка межнационального общения. Но все же большинство населения — это башкиры, русские и татары. Речь этих народов, функционирующих в пределах одного географического региона и тесно контактирующих друг с другом, безусловно, находится в постоянном взаимодействии.

Изучение разговорной речи на территории Республики Башкортостан, в частности в городах: Стерлитамак, Салават, Ишимбай, дает возможность выявить динамику развития современной русской лексики, а также русского языка в целом, его территориальное и социальное варьирование в условиях дву- и многоязычия, а также выделить лингвистические особенности речи жителей изучаемых городов.

Взаимодействие русского и башкирского, русского и татарского языков составляет своеобразный «гибрид» общелитературных и просторечных единиц, к которым примешиваются региональные черты, изучение которого позволит не только дополнить естественную и живую картину функционирования русского языка, но и дает возможность по-

нять и оценить некоторые особенности современной городской речи. Данное исследование направлено на изучение влияния тюркской лексики на русскую разговорную речь.

Результатом взаимодействия русского и тюркских языков является проникновение в устную русскую речь тюркизмов, которые имеют разную природу. Некоторые из них уже не воспринимаются как заимствования и вошли в лексический состав литературного русского языка. Например, *амбар*, *шатер*, *халат*, *чемодан* и т. д. В большинстве случаев они обозначают конкретные бытовые реалии.

Еще одну группу составляют тюркизмы, занимающие промежуточное положение между заимствованиями и кальками. На наш взгляд, данные тюркизмы нельзя относить к полноценным заимствованиям, так как большинство из них имеют эквиваленты в русском языке и, вероятнее всего, не войдут в состав литературного языка. С другой стороны, они обладают устойчивостью и постоянной воспроизводимостью в речи. При этом в устной речи они часто употребляются в значении, отличном от значений в языке-оригинале. Поэтому их можно назвать заимствованиями на уровне речи или заимствованными неологизмами. В своем большинстве это семантические неологизмы. Когда используется старая форма заимствованного слова, но ей приписывается новое значение: *хазыр* (тюрк. «сейчас») в русской речи употребляется в значении «нет; нежелание что-либо делать»; *бай* (тюрк. «богатый человек») — в значении «ленивый че-

ловека'. Очень часто в речи людей, проживающих на территории Республики Башкортостан, употребляются: просторечие *айда* — «идемте, иди»; *эйбет* — «хорошо»; *матур* — «красивый», *рахмат* — «спасибо» и тд.

Среди заимствований на уровне речи встречаются лексемы из разных лексико-тематических групп: обозначение человека — *кызлар* («девушки»), *батыр* («сильный молодой человек»), *малай* («мальчик»); наименования по родству: *бабай* («дед»), *апа* («сестра»), оценочные слова и выражения — *эйбет* («хорошо»), *баттац* («удивление») и др.

Наличие большого количества слов тюркского происхождения и отличают разговорную речь городов Стерлитамака, Салавата, Ишимбая от речи в других городах, областях, республиках, придают языку особый национальный колорит.

Следует отметить, что существует проблема отграничения просторечной лексики от жаргонной. Разговорная речь реализуется преимущественно в устной форме в ситуации неподготовленного, непринужденного общения при непосредственном взаимодействии партнеров коммуникации. Она противопоставляется книжной речи как некодифицированная форма литературного языка. К некодифицированной лексике мы относим: молодежные сленгизмы, арготизмы, жаргонизмы, просторечные слова. Вместе с тем, необходимо отличать заимствованные разговорно-просторечные единицы от жаргонизмов тюркского происхождения. Подобные жаргонные выражения функционируют в определенных районах, областях. Вслед за В. В. Химиком назовем такие слова **региолектами**.

Просторечие функционирует в живой уличной речи носителей языка, жаргонизмы в свою очередь используются определенной группой людей, объединенных между собой по признаку профессии, положения в обществе, интересов или возраста.

В отличие от просторечных заимствований жаргонизм тюркского происхождения присуща особая игривость. В основном они образованы путем метафорического переноса,

фонетической мимикрии и языковой игры, что делает их более экспрессивными и яркими, придает непринужденность процессу коммуникации, выполняет маскировочную функцию, подвергая переоценке тривиальные мысли и клишированные выражения.

В то время как просторечные заимствования придают разговорной речи сугубо «национальный оттенок», в молодежной речи наблюдается стремление к стебу. Стремление к насмешке и иронии также прослеживается и в различных переделках-дразнилках.

Заимствованные разговорно-просторечные единицы в основном состоят из одного слова; носители тюркского жаргона наряду с простыми словами используют сложные образования, состоящие из русских и тюркских или только тюркских слов, которые являются результатом языковой игры.

Следует отметить, что сленг отражает особенности молодежного сознания, для которого характерно иронично-критическое восприятие действительности, пародирование. Хотя функционирование молодежного сленга ограничено сферой употребления, в отличие от арго, его корпоративность не носит характер тайны, закрытости. Сленгизмы переходят в просторечие и могут проникать даже в литературный язык.

Таким образом, в речи жителей Стерлитамака, Салавата, Ишимбая функционируют различные подсистемы языка (литературная и разговорная речь, просторечие, молодежный сленг), которые находятся в постоянном взаимодействии.

Литература

1. *Беглова Е. И.* Некодифицированная лексика в печатных СМИ 1990–2000-х годов: Словарь. Уфа, 2006.
2. *Девкин В. Д.* О видах нелитературности речи // Городское просторечие: Проблемы изучения / Отв. ред. Е. А. Земская, Д. Н. Шмелев. М., 1984.
3. *Химик В. В.* Поэтика низкого, или городское просторечие как культурный феномен. СПб., 2000.

Лингвистические и паралингвистические элементы жанровой модели (на материале русскоязычных женских журналов Украины)

А. Г. Шилина

Национальный педагогический университет им. М. П. Драгоманова (Киев, Украина)

angela_shilina@bk.ru

Женский журнал, жанр, аттракторы, языковое воплощение, паралингвистическое оформление

Summary. The model that allows describing genres of Russian women's magazine in Ukraine consists of such basic elements (attractors) as *language embodiment* and *paralinguistic design*. Invariant characteristics of these attractors conclude describing peculiarities of more static micro attractors and variant characteristics conclude classifying dynamic micro attractors. Attractors of specialized women's magazines are variants of attractors-invariants in general women's magazines.

Появление на постсоветском информационном рынке женских изданий международного уровня способствовало развитию новых типов масс-медийных проектов для женщин. В Украине подобными проектами стали женские журналы, издаваемые на русском и украинском языке. Предмет нашего исследования — русскоязычные универсальные и специализированные женские журналы, которые с помощью оригинальных языковых и неязыковых средств, с одной стороны, транслируют гендерные стереотипы, с другой — пытаются их преодолеть. Одним из аспектов изучения женских журналов является анализ жанров.

В универсальном и специализированном женском журнале можно выделить следующие жанры: *обложка, слово редактора, интервью со знаменитостью, совет специалиста, письма читательниц, житейская история, женское чтение, модный обзор, новинки косметики, новинки техники, поддержка красоты и здоровья, ведение хозяйства, советы психолога, сокровенный (интимный) разговор, разговор о детях, разговор о семье, кулинарный рецепт, астрологический прогноз, путешествие, тест, реклама*.

При создании модели каждого жанра направляющими все процессы организации жанрового моделирования являются такие элементы (аттракторы), как **языковое воплощение** и **паралингвистическое оформление**.

Аттракторы специализированных женских журналов представляют собой варианты аттракторов-инвариантов универсальных женских журналов.

Инвариантные характеристики аттрактора **языковое воплощение** заключаются в описании наиболее статичных признаков — морфологических микроаттракторов [1]. Например, в жанре **кулинарный рецепт** употребляются глаголы тематической группы «приготовление блюда» во 2-м лице мн. ч. повелительного наклонения: *отделите* (белки от желтков), *нарежьте* (сыр пластинками), *разогрейте* (сливочное масло) («Натали», «Лиза. Мой ребенок») и т. д.

Вариантные характеристики предполагают классифицирование динамичных, видоизмененных или модифицированных лексических, стилистических, прецедентных и, например, тех же морфологических микроаттракторов. Так, в жанре **кулинарный рецепт** используются глаголы тематической группы «приготовление блюда» во 2-м лице ед. ч. повелительного наклонения: глаголы нейтральные: *измельчи* (консервированный тунец), («Единственная»), *замаринуй* (мясо) («Diva»), *нарежь* (желе кубиками) («OOPS!») и глаголы просторечные: *раскромсай* (картошку в блендере), *затолкай* (массу в кондитерский шприц), *разбрызгай* (сметанный пудинг) («LQ»); в 1-м лице мн. ч. в значении повелительного наклонения: *обжариваем* (лук), *приправляем* (солью), *тушим* (мясо) («Любимая»); в форме инфинитива в значении повелительного наклонения: *взбить* (сливки с сахаром) («Женский журнал. Здоровье»), *протереть* (творог через сито) («Единственная. Твое здоровье»).

Аттрактор **паралингвистическое оформление** мы рассматриваем как «совокупность невербальных средств, уча-

ствующих в речевой коммуникации» [2: 367]. В женских журналах представлены такие виды опосредованных кинем (микроаттракторов) — минимальных единиц паравербалики: а) визуальные (фотографии, рисунки, шрифты); б) визуально-тактильные (цвет, формат и качество бумаги); в) сенсорные (визуальные, тактильные, обонятельные (или ольфакторические)).

Данные кинемы-микроаттракторы отличаются инвариантным и вариантным характером употребления.

Визуальные и визуально-тактильные кинемы-инварианты используются во всех жанрах универсального журнала.

Вариантные составляющие кинем зависят от типа целевой аудитории и, следовательно, от специализации женского журнала.

Например, визуальная кинема **фотография** жанра **обложка** в журналах, специализирующихся по признаку возраста, — это портрет девочки-подростка или девушки («Мадмуазель», «Cool Girl», «Oops!»); в изданиях, ориентирующихся на женщин, которым неинтересны универсальные женские журналы, — портрет мужчины (возрастом от 20 до 70 лет) («LQ»), на женщин, у которых есть маленькие дети, — портрет ребенка («Мой ребенок»), на поддержание здоровья женщины — натюрморт («Женский журнал. Здоровье»).

В специализированных изданиях функционируют следующие сенсорные кинемы:

а) **пробники** (шампуней, кремов, туши для ресниц, гелей для умывания);

б) **аромат известных духов** (читательницам предлагается потереть страничку журнала и почувствовать аромат духов);

в) **мини-каталоги** (каталоги одежды, косметики, парфюмерии, предметов быта);

г) **ценники**.

Содержание кинем **мини-каталоги** и **ценники** зависит от уровня финансовой обеспеченности целевой аудитории, так как стоимость товара указывается в гривнах, долларах или евро.

Сенсорные кинемы специализированных журналов используются в определенных жанрах: **пробники** и **аромат** известных **духов** — в жанре *поддержание красоты и здоровья, новинки косметики, реклама*; **мини-каталоги** — в *ведении хозяйства, кулинарном рецепте, модном обзоре, новинках косметики, рекламе*; **ценники** — в *интервью со знаменитостью, модном обзоре, рекламе*.

В женских журналах лингвистические и паралингвистические элементы участвуют, во-первых, в создании жанровых моделей. Во-вторых, с одной стороны, транслируют гендерные стереотипы в отношении женщин и мужчин, сводят картину мира женщины исключительно к проблеме моды — косметики — кухни; с другой — в зависимости от специализации журнала способствуют трансформации гендерных стереотипов, расширяют границы картины мира: ряд **мода** — **косметика** — **кухня** имеет продолжение **карьера** — **знания** — **увлечения**. В-третьих, данные аттракторы являются социальными индикаторами, позволяющими идентифицировать предпочтения, ценности, идеалы современного украинского общества.

Литература

1. Хайдарова В. Ф. О некоторых видах аттракторов // Проблемы истории, филологии, культуры. Вып. XX. М.: Магнитогорск; Новосибирск, 2008. С. 203–208.
2. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярэва. 2-е изд. М., 1998.

Естественная письменная речь: основные признаки выделения

А. С. Юркевич

Кемеровский государственный университет

Yurkevich80@mail.ru

Естественная письменная речь, спонтанность

Summary. The paper is connected with consideration such a new direction in linguistics, as natural written speech.

Естественная письменная речь (ЕПР) представляет собой новое направление в русистике, сформировавшееся в начале XXI века. В 2000 году в рамках лаборатории Барнаульского педагогического института профессором Н. Б. Лебедевой было дано научное обоснование выделенному направлению, определена его основная терминологическая база, предложена модель рассмотрения текстов и их место в кругу смежных явлений. Все записи, обладающие следующими признаками: «письменная форма, спонтанность и непрофессиональность исполнения, неофициальность (повседневность) сферы бытования, отсутствие промежуточных лиц и инстанций между текстом, написанным самим автором, и читателем» [1] — было предложено называть естественной письменной речью. Объектами ЕПР являются записи на полях, записки, конспекты, шпаргалки, записи на последних страницах тетради, еженедельники, записные книжки, блокноты, граффити, поздравительные открытки, объявления и т. д. Остановимся на двух ключевых признаках этого направления.

Признак естественность является базовым признаком для записей обозначенного нами круга. Как пишет Н. Б. Лебедева, «указанный вариант письменной речи и ее продукта — текстов — назван «естественной» письменной речью в целях противопоставления ее другому виду письменной речи — профессиональной, обработанной, подготовленной (по характеру исполнения), официальной (по сфере бытования), которую, желая определить ее место в данной парадигме, назвали «искусственной» [1].

Оппозиция «естественный — искусственный» позволяет определить место рассматриваемых текстов в системе всей письменной речи. «Искусственная» речь — это определенным образом обработанная письменная речь, создаваемая лицом (или группой лиц), обладающих специальными навыками или профессиональной подготовленностью. Это речь, как правило, рассчитанная на большую аудиторию и поэтому тщательно выверена и определенным образом

оформлена: может иметь типографское оформление, содержать иллюстративный материал, она ориентированная на массового читателя, поэтому для нее характерно растиражированность, многократное воспроизведение одного и того же текста. «Искусственная» речь — это речь, созданная с соблюдением определенных «конвенционально-конституциональных требований, имеющих нормативную основу — стилистических, орфографо-пунктуационных и других, включенных в сферу действий редакторов, цензоров, полиграфистов» [1]. Противоположность искусственной речи — естественная речь.

Естественная речь — это речь, не прошедшая какой-либо специальной обработки, создаваемая в ситуации непринужденности, неподготовленности автора, предназначенная для функционирования в узком кругу «своих» читателей. Каждый текст естественной письменной речи единичен и вписан в определенную коммуникативную ситуацию, характеризуется различной степенью спонтанности и неподготовленности ситуации записи, функционированием в личном пространстве автора, исключающей контроль и оценку со стороны, что делает конвенционально-конституциональные требования письма вариативными. Тексты ЕПР включают неканонические элементы: значки, рисунки, иероглифы, которые могут содержать авторское наполнение, отличающееся от общепринятого. Между замыслом и реализацией записи в естественных условиях существует короткая временная дистанция, при отсутствии промежуточных лиц и инстанций. Записи естественной письменной речи живут своей «естественной» жизнью: уже после своего создания: в них могут по необходимости быть внесены изменения, дополнения, исправления, поправки. Естественный характер записи определяет и характер их оформления: выбор материального носителя и выбор орудия записи, так как запись может быть сделана на листе бумаги, клочке газеты, товарном чеке, стене дома, а в качестве пишущего средства выступать как предметы специально для этого предназначен-

ные (ручка, карандаш, фломастер), так и неспециализированные орудия и средства. Созданные записи естественной письменной речи не могут быть определены как профессиональные записи, поскольку они находятся за рамками официального круга, слабо регламентируются кодифицированными нормами.

Под спонтанностью понимается неподготовленность или слабая подготовленность текста, отсутствие стадии продуцированности, выверенности, соблюдения определенной организации, небольшой промежуток между восприятием информации и ее записью. Тем не менее, «спонтанность является одним из основных признаков естественной письменной речи, но и она не должна быть абсолютизирована» [1]. Для разных текстов ЕПР при построении парадигмы доминантных и периферийных признаков данный признак может выражен в разной степени, что зависит от ряда причин, одна из которых заключается в характере отношений с официально-деловой сферой. Так, периферийным он оказывается для записей функционирующих в официальной сфере и требующих определенной подготовленности, но при этом не имеющих четко прописанных правил составления и допускающих определенную степень варьированности. Для записей, функционирующих в сфере личного, лично-делового, бытового пространства, признак спонтанности является доминантным.

Концепт «официальный документ» в сознании студентов как носителей языка

С. А. Ярцев

Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону)

belfalas@inbox.ru

Концепт, русский язык, носитель языка, деловая речь, официальный документ

Summary. Writing an official document or a business paper everyone has to deal with his own concept of this, based on his personal experience. The amount of such documents has been increasing during the last years. That is why it seems it be interesting to examine the structure of this concept of Russian-speaking students, taking courses on different fields of study. According to their answers the most important features of an official document are special business language and composition of the document. Functions of documents and special field of business communication appear to be less important.

В современной науке процесс означивания явлений окружающего мира сознанием человека с помощью языка называется концептуализацией. Результатом этого процесса является формирование системы концептов. В отечественной лингвокогнитивистике наибольшую разработку теория концепта получила в работах Е. С. Кубряковой. Согласно позиции исследователя, концепт представляет собой «оперативную единицу памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [1: 90]. Вместе с тем, согласно Ю. С. Степанову, концепт характеризуется и минимальностью, или минимализацией знания. Именно благодаря этому свойству концепт и способен вместить в себя все перечисленные признаки, сократив их до того объема, который в силах удерживать человеческая память и которым может оперировать человеческий разум в реальном времени. Кроме того, Ю. С. Степанов отмечает, что концепт «переживается», то есть выражает опыт конкретного индивида или всей культуры, в которой этот концепт существует.

Официально-деловое общение является наиболее стандартизированной и формализованной частью общественной коммуникации, где любая ошибка может привести к коммуникативной неудаче. При этом, каждому взрослому человеку приходилось хотя бы раз в жизни составлять тот или иной официальный документ. Однако, практически всегда, оказываясь в ситуации написания документа, человек не может обратиться в специальной литературе и опираться исключительно на базирующееся на личном опыте представление о конкретном жанре деловой речи и о документах вообще. Поэтому представляется интересным выяснить структуру этого концепта в сознании носителей языка, готовящихся к профессиональной деятельности в различных областях.

Материалом для исследования стали данные, полученные путем анкетирования студентов Южного федерального университета, обучающихся по разным направлениям: «Филология» (93) человека, «Журналистика» (50), «Менеджмент организации» (60), «Прикладная математика» (32) и «Ту-

Спонтанность — понятие относительное и может иметь несколько вариантов своего воплощения: а) спонтанность, проявляющаяся в неподготовленности текстового содержания, как правило, относится к записям в ежедневнике, записям на полях, так называемым попутным записям, граффити, б) спонтанность, касающаяся графического оформления, самого письма, начертания: «Как бы предварительно ни подготавливался написанный текст, даже если он несколько раз переписывался для достижения «аккуратности» и соответствия какому-то образцу, в конечном счете автор ЕПР пишет его «набело» уже спонтанно, «как рука захочет»: здесь она задрожит, здесь поведет вверх или вниз, буквы будут крупнее или мельче. Да и этот «набело» записанный текст несет в себе, в конечном счете, результат первичных спонтанных написаний» [1].

Если текстовая спонтанность присутствует в записях ЕПР только личного характера, то графическая спонтанность может реализовываться как в записях личных, так и записях, граничащих с официальной сферой.

Литература

1. Лебедева Н. Б. «Естественность» как базовый признак неканонизированной (неофициальной, обыденной, повседневной) письменной речи // Современная филология: актуальные проблемы, теория и практика: Сб. материалов II Междунар. науч. конф. Красноярск, 10–12 сентября 2007 г. Красноярск, 2007. С. 175–181.

ризм» — всего 253 респондента. Каждому информанту было предложено дать собственное определение официально-го документа и назвать его главные признаки.

Отвечая на заданные вопросы, информанты сверялись со своим опытом написания различных официальных документов, а не стремились дать их исчерпывающее научное определение, поэтому среди полученных ответов лидирующие позиции по количеству упоминаний удерживают формальные характеристики документов (553 раза в 253 анкетах) и особенности языка документов (353 раза). Исходя из полученных данных, можно попытаться реконструировать определение официального документа, существующего в голове среднего студента — носителя русского языка. Итак, согласно этому определению официальный документ — это «имеющая печать и подпись, написанная в официально-деловом стиле, оформленная определенным установленным образом бумага, передающая важную деловую информацию в сфере делового общения, обладающая юридической силой и написанная с целью разрешения какого-либо вопроса или проблемы». Естественно, что подобных определений обнаружено не было, а приведенное выше отражает самые частотные признаки, иначе говоря, то, о чем нужно упомянуть, говоря об официальном документе вообще. Чем ближе находится упомянутый признак к началу предложения, тем чаще он и ему подобные были названы студентами.

Именно эти черты воспринимаются респондентами как наиболее важные при составлении каких-либо документов, как отличающие документы от всех других жанров письменной речи. Ситуация написания и использования деловых бумаг настолько специфична, что остальные признаки, типа особенностей функционирования и целевого назначения, воспринимаются опрашиваемыми как сами собой разумеющиеся, вследствие чего были упомянуты опрашиваемыми гораздо реже (каждая группа — менее ста раз).

Литература

1. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. С., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1997.
2. Степанов Ю. С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации М., 2004.