



**Валентина Алексеевна
МАРКОВА**

Кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русского языка для иностранных учащихся филологического факультета Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова. Сфера научных интересов: стилистика, функциональная прагмалингвистика, описание грамматической системы русского языка в целях его преподавания, теория и практика перевода. В течение последних десяти лет занималась вопросами методического обоснования курса русского языка для иностранных студентов-филологов. В числе работ В. А. Марковой учебник для иностранных студентов-филологов «Университет. Ступень 1» (в соавторстве), «Программа по русскому языку для иностранных студентов-филологов: практический курс / Под редакцией В. А. Марковой» (в соавторстве), учебное пособие по деловому русскому языку «Буду работать переводчиком», статьи по стилистике деловой и научной речи, фонетической стилистике, грамматике русского языка, методике преподавания русского языка как иностранного.

Наше издательство предлагает следующие книги:



Издательская группа
URSS
ЛФ 6.1
изданий
онете:
URSS.ru
URSS@URSS.ru

ООО "Аргумент"
Стилистика РЯ Маркова УРСС

385⁰⁰

1 4 3 1 1 0 1 1 4 1 *

117335, Москва, Телефон / факс
Нахимовский (многоканальный)
проспект, 56 +7 (499) 724 25 45

Отзывы о настоящем издании, а также обнаруженные опечатки присылайте по адресу URSS@URSS.ru. Ваши замечания и предложения будут учтены и отражены на web-странице этой книги на сайте <http://URSS.ru>

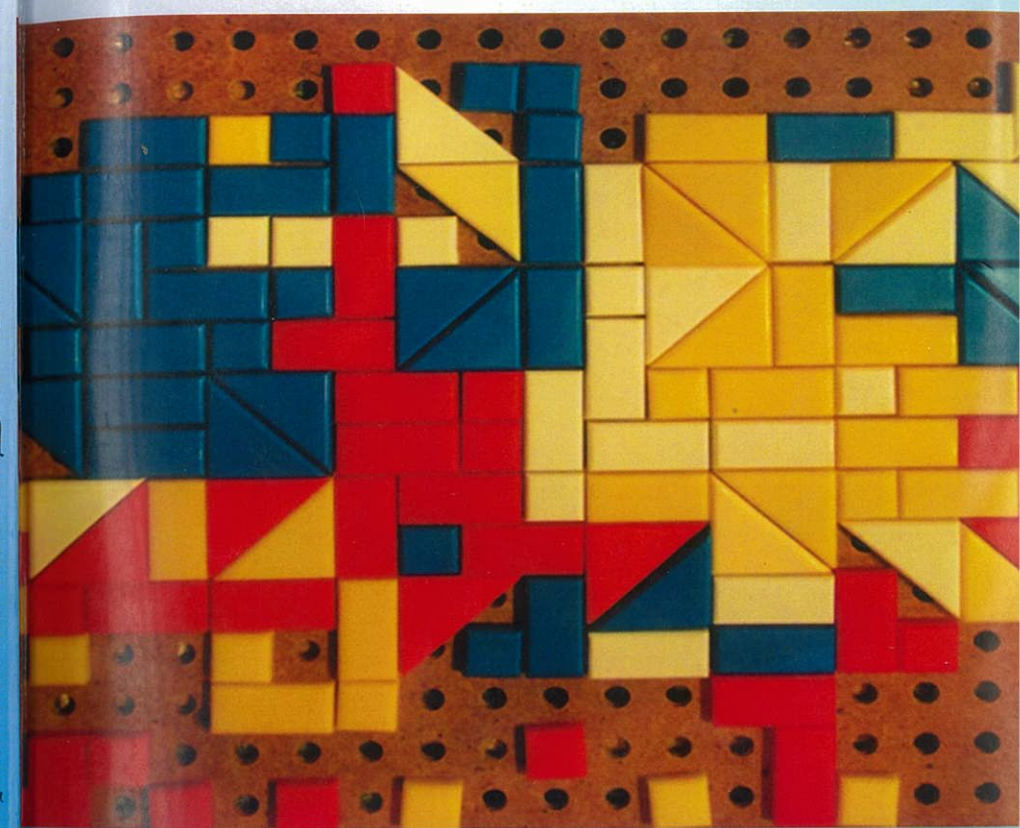
В. А. МАРКОВА СТИЛИСТИКА РУССКОГО ЯЗЫКА Штеоретико-практический курс



В. А. МАРКОВА

СТИЛИСТИКА РУССКОГО ЯЗЫКА

Штеоретико-практический курс



**Пособие
для иностранных
учащихся**



ИЗДАТЕЛЬСТВО

В. А. Маркова

СТИЛИСТИКА РУССКОГО ЯЗЫКА

Теоретико-практический курс

Пособие для иностранных учащихся



URSS
МОСКВА

Маркова Валентина Алексеевна

Стилистика русского языка: Теоретико-практический курс. Пособие для иностранных учащихся. — М.: ЛЕНАНД, 2016. — 200 с.

Книга в доступной форме знакомит с основными понятиями стилистики, с ее проблематикой, с современным представлением о функционально-стилевой дифференциации русского языка. Теоретический материал сопровождается текстами для наблюдения и анализа, а также заданиями, целью которых является совершенствование практического владения русским языком: формирование умений выбирать языковые средства в зависимости от условий общения, строить тексты в соответствии с функционально-стилевыми нормами русского языка.

Пособие адресовано в первую очередь иностранным учащимся-филологам, но может быть использовано также в работе с другими категориями учащихся на занятиях по культуре русской речи.

Рецензенты:

д-р пед. наук Л. В. Красильникова;
канд. филол. наук О. М. Сергеева

*Печатается по постановлению Редакционно-издательского совета
филологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова*

Формат 60×90/16. Печ. л. 12,5. Зак. № ИМ-63.

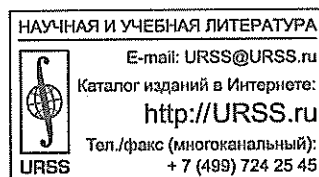
Отпечатано в ООО «ЛЕНАНД».

117312, Москва, пр-т Шестидесятилетия Октября, 11А, стр. 11.

ISBN 978-5-9710-2411-8

© ЛЕНАНД, 2015

18283 ID 202141



Все права защищены. Никакая часть настоящей книги не может быть воспроизведена или передана в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, будь то электронные или механические, включая фотокопирование и запись на магнитный носитель, а также размещение в Интернете, если на то нет письменного разрешения владельца.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Курс стилистики, представленный в пособии, имеет две цели. С одной стороны, в ходе изучения данного курса иностранные учащиеся должны познакомиться с современным представлением о стилистических ресурсах русского языка, о его функциональных разновидностях, то есть получить ряд сведений теоретического характера. С другой стороны, курс обращён к практическим потребностям учащихся и призван научить их пользоваться стилистическими ресурсами русского языка при составлении текстов различных жанров.

В пособии ставятся следующие задачи: дать учащимся представление о стилистических ресурсах русского языка; познакомить учащихся с научным, официально-деловым, публицистическим, разговорным стилями (условиями их бытования, языковыми особенностями); показать, с какими целями используются разные языковые средства в художественной литературе; научить распознавать тексты разных стилей, видеть в текстах функционально маркированные и экспрессивные средства, понимать закономерности их употребления, понимать системный характер использования языковых средств на текстовой плоскости; познакомить учащихся с жанровыми разновидностями стилей, представляющими для них практический интерес; научить осуществлять выбор языковых средств в зависимости от целей, ситуации, сферы общения; научить строить текст в соответствии с функционально-стилевыми нормами.

Книга содержит вводную часть, в которой даётся общее представление о базовых понятиях стилистики (стиль, стилистическая окраска, стилистически маркированные и нейтральные средства языка и др.) и пять основных частей, посвящённых функциональным разновидностям русского языка (разговорный, официально-деловой, научный, публицистический стили, язык художественной литературы).¹ В каждой части представлены теоретические сведения и практические задания.

Теоретический материал каждой части содержит описание экстралингвистических параметров, определяющих особенности функционирования того или иного стиля, характеристику подстилей и основных жанров. Центральное место занимает характеристика сти-

¹ В настоящем пособии не рассматриваются особенности церковно-религиозного стиля, так как этот стиль не является практически актуальным для иностранных учащихся.

левых черт, связывающих условия функционирования стилей с их языковыми особенностями. Такой принцип описания функционального стиля сочетается с элементами «уровневого» описания (при котором характеристика стиля даётся через перечисление типичных для него средств на разных языковых уровнях). Необходимость такого сочетания диктуется тем, что не все стили могут быть сегодня полно и адекватно охарактеризованы только с опорой на понятие стилевой черты,² в частности недостаточно изучены в этом отношении публицистический и разговорный стили.³ При этом из всех языковых уровней наиболее важным представляется лексический: во-первых, потому что лексика – это яркий, заметный показатель стиля, в то время как грамматические средства языка являются «наименее стилеобразующими»,⁴ во-вторых, потому что лексике принадлежит особая роль при обучении иностранному языку (и, в частности, русскому языку как иностранному). Как указывает Б.В. Беляев, «из всех основных аспектов иностранного языка, которые должны практически усваиваться учащимися в процессе обучения, наиболее важным и существенным с психологической точки зрения следует считать лексику, потому что без запаса слов, хотя бы незначительного, владеть языком невозможно».⁵ Важность лексического уровня как для описания стиля, так и для обучения иностранных учащихся русскому языку обусловила наличие в каждой части отдельной рубрики, посвящённой лексике. Кроме того, каждая часть содержит характеристику строя стиля (типичное для стиля соотношение частей речи – преобладание имён или глаголов). Знание характера строя

² Очевидно, поэтому сочетание описания функционального стиля «по стилевым чертам» с «уровневым» описанием, позволяющее максимально полно охарактеризовать стиль, в той или иной степени представлено в ряде учебных пособий по стилистике, см., например: Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. *Стилистика русского языка*. М., 2012 (разделы «Публицистический стиль», «Церковно-религиозный стиль», «Разговорно-обиходный стиль»).

³ При характеристике разговорного стиля мы совсем отказались от опоры на понятие стилевой черты в связи с недостаточной разработанностью этого вопроса в научной литературе; разнообразные явления, характерные для этого стиля, мы попытались классифицировать и соотнести с некоторыми универсальными тенденциями.

⁴ Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. *Стилистика русского языка*. М., 2012. С. 96.

⁵ Цит. по: Шукин А.Н. *Обучение речевому общению на русском языке как иностранном*. М., 2012. С. 88.

стиля (номинативный или глагольный) даёт учащемуся ориентир в использовании ряда языковых средств: глаголов, глагольно-именных сочетаний, отыменных предлогов и т.п.

Знакомясь с теоретическим материалом, учащиеся получают и ряд других сведений (возможные стилистические ошибки, динамика норм стиля и др.). Своеобразным итогом курса является раздел «Язык художественной литературы». В художественном произведении могут использоваться все средства национального языка, поэтому учащиеся, с одной стороны, повторяют весь пройденный материал, с другой стороны, получают представление об использовании уже изученных языковых средств в новых условиях – в художественном тексте, во вторичной моделирующей системе, где присутствует авторский вымысел, где объективный мир не просто отражается (как в естественном языке – первичной моделирующей системе), а воссоздается благодаря воображению писателя.⁶

Теоретический материал в пособии композиционно не отделён от практических заданий, а составляет с ними единое целое: вся теоретическая информация разбита на фрагменты, каждый теоретический фрагмент сопровождается практическими заданиями, то есть теория перемежается с практикой. Такое построение пособия облегчает усвоение и закрепление материала, а также даёт возможность при необходимости использовать индуктивный метод подачи материала (от наблюдений – к выводам).

В пособии представлены задания двух типов – в соответствии с двумя целями, о которых говорилось выше.

1) Задания на наблюдение и анализ (тексты, в которых находят проявление особенности того или иного функционального стиля, микротексты и отдельные контексты, демонстрирующие употребление стилистических средств и приёмов, фрагменты художественных текстов для лингвостилистического анализа). Эти задания способствуют более глубокому пониманию соответствующих теоретических разделов.

2) Задания, направленные на развитие речи учащихся, на овладение ими русской речевой культурой (усвоение стилистических ресурсов русского языка, овладение нормами функциональных стилей). К этой категории относятся задания на выбор языкового средства в зависимости от условий общения, задания на исправление в тексте стилистических ошибок (редактирование текста), задания на

⁶ Тураева З.Я. *Лингвистика текста. Текст: Структура и семантика*. М., 2012. С. 13.

«стилистическую трансформацию» текста в соответствии с заданными экстралингвистическими параметрами, задания на составление текста определённого жанра.

Пособие адресовано в первую очередь иностранным учащимся-филологам, но может быть использовано также в работе с другими категориями учащихся на занятиях по культуре русской речи: материал пособия можно использовать выборочно, в зависимости от потребностей учащихся и существующих учебных программ.

Автор

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ СТИЛИСТИКИ

Стилистика. Стил

Стилистика — это наука, изучающая выразительные средства языка, закономерности функционирования языка в различных сферах общения. Можно дать определение и по-другому. Это наука о том, как оптимально, наилучшим образом выразить то или иное содержание. Что значит «наилучшим образом»? Это значит: в соответствии с целями общения, в соответствии со сферой и ситуацией общения.

Действительно, одно и то же содержание можно выразить по-разному — с помощью разных языковых средств. Сравним, например, два текста.

Текст 1

Бобслей — трудный и опасный вид спорта. Бобслеист спускается с ледяной горы со скоростью сто пятьдесят километров в час. При такой скорости у спортсмена темнеет в глазах. Бобслеисту Александру Зубкову тридцать восемь лет. Уже девятнадцать лет он занимается бобслеем.

Текст 2

Сто пятьдесят километров в час. Когда на такой скорости летишь с ледяной горы, то темнеет в глазах <...> Бобслеисту Александру Зубкову тридцать восемь лет. Ровно половину своей жизни он занимается тем, что «сворачивает» эту гору.

Какой из этих текстов можно поместить в газете, журнале? Конечно, второй. Он яркий, эмоциональный, выразительный. Короткое, динамичное номинативное предложение, открывающее текст (*Сто пятьдесят километров в час*) передаёт представление о большой скорости. Предложение с обобщённым субъектом (*Когда на такой скорости летишь с ледяной горы, то темнеет в глазах*) вовлекает читателя в действие

(субъект мыслится как обобщённый: с горы может «лететь» любой человек — и спортсмен, и автор статьи, и читатель). Для того чтобы придать тексту выразительность, автор использует метафору (*лететь с горы*), перифраз (*половина жизни* — вместо точного указания количества лет, в течение которых спортсмен занимается бобслеем). В тексте представлена игра слов: с одной стороны, в русском языке есть выражение *сворачивать горы*, которое имеет переносное значение «делать большое дело, требующее больших усилий», с другой стороны, спортсмен действительно спускается с горы, так что слово *гора* можно понимать и буквально. Таким образом, второй текст живой, выразительный, он обращён к читателю. Именно этот текст и является фрагментом газетной статьи.⁷ Первый же текст едва ли мог бы привлечь внимание читателя: он слишком сдержанный, «сухой», неубедительный.

Приведённые тексты различаются не содержанием, а языковым оформлением, стилем. **Стиль** — это характеристика текста, которая определяется тем, **какие языковые единицы используются в тексте и как эти единицы сочетаются друг с другом** для достижения нужного эффекта.

Стилистически окрашенные и стилистически нейтральные языковые единицы. Стилистическая коннотация

В языке есть стилистически **нейтральные** и стилистически **окрашенные** (стилистически **маркированные**) единицы.

Стилистически нейтральные единицы могут использоваться в любой ситуации, они присутствуют в любом тексте. Стилистически нейтральны, например, слова *университет, быстро, видеть*.

Стилистически окрашенные (маркированные) единицы ограничены в своём употреблении: они могут использоваться лишь в определённых ситуациях, в определённых сферах общения. К стилистически маркированным языковым средствам относятся **экспрессивно** окрашенные средства (или **экспрес-**

сивные средства) и **функционально** окрашенные средства (или **функциональные** средства).

1) **Экспрессивные** средства характеризуются особой выразительностью. **Экспрессия** — это повышенная выразительность языкового средства, благодаря которой оказывается воздействие на адресата. Экспрессивны, например, **эмотивные** средства языка, в частности **эмотивная** лексика — слова, которые не только называют предметы, признаки, действия, но и выражают **эмоциональное** отношение к ним. Это отношение может быть разным: наши эмоции бывают положительными и отрицательными (мы можем восхищаться, испытывать симпатию, шутить, иронизировать, презирать и т.д.). Если мы откроем толковый словарь, то увидим, что часть слов снабжена стилистическими пометами, которые указывают, какие именно эмоции передаёт данное слово, какую эмоциональную оценку оно содержит. Например, слово *жадина* имеет помету *насмешливое*, слово *страшилка* («что-либо пугающее — история, фильм, картинка и т.п.») имеет помету *шутливое*, слово *пустозвон* («человек, который много говорит и ничего не делает») имеет помету *презрительное*. Часто (хотя и не всегда) слова, выражающие отрицательную оценку, являются сниженными: *жадина, пустозвон, лоботряс* («ленивый, не занятый никаким делом человек»).

Для выражения эмоций может использоваться не только лексика. Эмоции могут выражаться и с помощью других средств языка: суффиксов эмоциональной оценки (*-очк-, -ок, -еньк-* и др.: *мамочка, сынок, Оленька*), синтаксических конструкций (*Вот это девушка!*) и др. Все эмотивные средства языка экспрессивны.⁸

2) **Функционально** окрашенными являются те средства, употребление которых связано с определённой сферой общения. Функциональные средства делятся на разговорные (используемые в бытовой сфере, в непринуждённом общении) и книжные. Книжные средства, в свою очередь, делятся на средства, используемые по преимуществу в определённой сфере

⁷ Н. Станиславский. Человек за бобом // Аргументы и факты. 2013. 01. 16-22.

⁸ См.: Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. М., 2008. С. 96.

общения (наука, право, политика и др.) и на средства, не связанные с определённой сферой общения (средства с обще-книжной окраской). Функциональные средства обладают определённой выразительностью, экспрессией, которая связана со сферой использования. Например, разговорные языковые средства воспринимаются как непринуждённые, неофициальные, напротив, книжные языковые средства придают высказыванию оттенок официальности, корректности, возвышенности. Ср.: *Нечего трепаться на эту тему!* (присутствует экспрессия непринуждённости, сниженности) – *Эта тема не подлежит обсуждению* (звучит официально, сухо, корректно).

Как уже было сказано, экспрессивные и функциональные единицы языка являются стилистически окрашенными (маркированными). В значении стилистически окрашенных языковых средств, помимо предметно-логического и грамматического компонентов, содержится дополнительный компонент – стилистическая коннотация. **Стилистическая коннотация** – это особый компонент значения экспрессивного или функционального характера, который закрепляет употребление языковой единицы за определёнными сферами и ситуациями общения. В современной лингвистической литературе в качестве синонимов к термину «стилистическая коннотация» обычно используются термины «стилистическое значение», «стили-стическая окраска», «стилистическая маркировка».⁹

Стилистические ресурсы языка

Язык обладает богатыми **стилистическими ресурсами** – средствами, которые могут использоваться для создания того или иного стилистического эффекта. К стилистическим ресурсам относятся эмоционально-экспрессивные средства (*жадина*), функционально окрашенные средства (*Третьяковка*, *молекула*, *репортаж*), средства выразительности (эпитет, метафора, метонимия, сравнение, повтор и др.). В стилистических

целях в тексте могут использоваться и другие языковые средства: неологизмы, архаизмы, диалектные, просторечные средства, жаргонная лексика.

Часто при построении высказывания (текста) мы можем выбирать нужное средство из целого ряда синонимичных средств: *кричать* (нейтральное) – *орать* (разговорное) – *горланить* (просторечное); *глаза* (нейтральное) – *очи* (книжное, высокое, поэтическое), *сын* (нейтральное) – *сыночек* (экспрессивное, ласкательное), *потому что* (нейтральное) – *ввиду того что* (книжное), *лев* (нейтральное) – *царь зверей* (экспрессивное, перифраз).

Функциональный стиль

Как мы уже сказали, язык обладает богатым запасом стилистических ресурсов и предоставляет нам возможность выбора языкового средства. Является ли этот выбор произвольным, или существуют какие-то закономерности в использовании языковых единиц?

Предположим, человек устраивается на работу и пишет заявление. Будет ли он использовать в своём тексте эмоционально-экспрессивные средства? Очевидно, нет, так как в деловом тексте это неуместно. Едва ли он станет использовать эти средства и в устной речи в деловой обстановке, например во время деловых переговоров с представителями фирмы-партнёра. А вот в непринуждённом разговоре с друзьями средства экспрессии вполне уместны. Значит, использование языковых средств, их **отбор и сочетание** зависят от **сферы общения**: научное произведение (научная сфера общения), деловой документ (правовая сфера общения), газетная статья (сфера политики), непринуждённый рассказ в кругу друзей или семьи (бытовая сфера общения) различаются в языковом отношении. В зависимости от сферы функционирования текстов, их языковых особенностей, их организации выделяются разные **функциональные стили речи**.

Функциональный стиль речи – это разновидность речи, соответствующая той или иной сфере общения, характери-

⁹ См.: Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012. С. 67.

зующаяся определёнными принципами отбора и сочетания языковых единиц и особой речевой организацией.¹⁰ Из данного определения видно, что понятие функционального стиля включает две стороны – **экстралингвистическую, внеязыковую** (условия, в которых протекает речевое общение) и **языковую** (языковые особенности стиля). К числу **экстралингвистических условий**, или **экстралингвистических стилеобразующих факторов**, относятся, помимо сферы общения, тип содержания, ведущая речевая функция/ функции (функция сообщения (информативная), функция общения, функция предписания, функция воздействия, эстетическая функция и др.), ситуация общения (официальная – неофициальная), преобладающая форма речи (устная – письменная), преобладающий вид речи (монолог – диалог) и др. На основе экстралингвистических факторов и собственно языковых особенностей выделяются следующие стили: научный, официально-деловой, публицистический, разговорный, церковно-религиозный, художественный. Необходимо отметить, что не все исследователи выделяют названные выше функциональные стили. Так, дискуссионным является вопрос о правомерности выделения художественного стиля (см. раздел «Язык художественной литературы»), а также о статусе разговорной речи (см. раздел «Разговорная речь»).

¹⁰ В современной стилистике дискуссионным является вопрос о том, с чем следует соотносить понятие «стиль» – с языком (с определённой системой языковых средств, системой правил использования и сочетаемости этих средств) или с речью (с реальным употреблением языка, речевыми произведениями, текстами). Наиболее обоснованной нам представляется точка зрения М.Н. Кожиной, которая полагает, что функциональный стиль обращён и к языку и к речи: с одной стороны, в сознании носителя языка имеется представление о принципах отбора и сочетания языковых единиц, характерных для той или иной сферы общения, с другой стороны, стили реально существуют в речи, стиль – это свойство текста. Понимание М.Н. Кожиной функционального стиля опирается на современное представление о единстве языка и речи: «при понимании языка и речи как единства функциональные стили можно считать стилями и языка, и речи» (Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. *Стилистика русского языка*. М., 2012. С. 111). Нас в данном пособии будет интересовать речевой аспект функционального стиля (проявление его системности на текстовой плоскости).

Все функциональные стили существуют как в устной, так и в письменной форме, однако для одних стилей более типична устная форма, для других – письменная. Стили, преимущественной формой существования которых является письменная форма, называют **книжными**. Книжными являются, например, официально-деловой, научный, публицистический стили. Им противопоставлен разговорный стиль, для которого наиболее характерна устная форма существования.

Речевая системность функционального стиля

Функциональный стиль обладает **речевой системностью**. Это значит, что в текстах, представляющих тот или иной функциональный стиль, для создания нужного стилистического эффекта используются средства разных языковых уровней: они все вместе, в комплексе создают нужный стилистический эффект. Продемонстрируем это на примере. Перед нами фрагмент текста:

Новизна представленного исследования состоит в том, что авторы рассматривают как теоретические проблемы нового направления языкознания – прагмалингвистики, так и практику речевого общения. <...> Анализ теории <...> касается формулировки целей, задач, объекта, предмета, основных категорий и методов прагмалингвистики. Тем самым вносится определённый теоретический вклад в развитие одного из новых направлений языкознания. Практическая значимость работы состоит в демонстрации некоторых возможностей использования теоретических достижений прагмалингвистики в распознавании ложного сообщения, в идентификации речевого портрета говорящего, в диагностировании его некоторых качеств, в практике совершенствования речевого общения и др.¹¹

Данный текст, без сомнения, является образцом научного стиля. Что позволяет нам сделать такой вывод? Конечно, со-

¹¹ Матвеева Г.Г., Ленец А.В., Петрова Е.И. *Основы прагмалингвистики*. М., 2013.

держание: в тексте описывается научное исследование. Кроме того, в тексте присутствует ряд средств, которые мы связываем с научным изложением. Какие это средства?

Прежде всего, обращает на себя внимание лексика. В тексте в большом количестве представлены слова с отвлечённым значением, в этом проявляется абстрактно-понятийный, логический тип научного мышления: *анализ, объект, предмет, категория, исследование, развитие, значимость* и др. Также используются термины (*прагмалингвистика, языкознание, ложное сообщение, речевой портрет говорящего*), что способствует точности научного изложения. Кроме лексических средств, в тексте используются также грамматические (морфологические и синтаксические) средства языка, характерные для научной речи. Книжный характер придают тексту глагольно-именное сочетание (*вносится вклад*), а также причастие *представленного*, которое по своему функционированию приближается к местоимению (*представленного исследования = этого исследования*). Объективность научного изложения достигается благодаря использованию бессубъектных пассивных конструкций (*Тем самым вносится определённый теоретический вклад в развитие одного из новых направлений языкознания*). Информационная ёмкость научного текста (способность вмещать значительно небольшого количества языковых средств) достигается с помощью синтаксической конструкции, которая получила название цепочки родительных падежей: в такой конструкции каждая последующая форма родительного падежа зависит от предыдущей (*возможностей использования теоретических достижений прагмалингвистики*).

Таким образом, мы видим, что в выполнении единого коммуникативного задания (построение текста, характеризующего научное исследование) участвуют единицы разных языковых уровней.

Следует заметить, что в создании речевой системности стиля принимают участие не только языковые, «дотекстовые» единицы, но и явления **текстового** порядка: соотноше-

ние разных функционально-смысловых типов речи в тексте (описание, рассуждение и др.), подтекст, средства обеспечивающие связность текста, и т.д. Так, в рассмотренном примере одним из средств, обеспечивающих связность текста, является сочетание *тем самым*, близкое по смыслу к местоимению *этим*.

Речевая системность характерна для всех функциональных стилей. При этом каждый функциональный стиль характеризуется своим набором актуальных средств, взаимодействующих на текстовой плоскости.

Стилевая черта

Языковые признаки каждого функционального стиля определяются условиями его бытования, экстралингвистическими факторами. Соответственно, для того чтобы характеристика функционального стиля была полной, необходимо рассматривать языковые особенности стиля в тесной взаимосвязи с экстралингвистическими параметрами. Такую связь осуществляет понятие стилевой черты. **Стилевая черта** — это особенность стиля, обусловленная экстралингвистическими условиями и находящая проявление в ряде языковых признаков. Например, для официально-делового стиля характерны такие стилевые черты, как стандартизованность, точность, императивность и некоторые другие. Каждая из стилевых черт обусловлена экстралингвистическими условиями функционирования официально-делового стиля и выражается средствами разных языковых уровней. Так, точность официально-делового стиля обусловлена следующими экстралингвистическими факторами: основной сферой приложения официально-делового стиля является документация, призванная регулировать правовые отношения в обществе; документы должны однозначно определять, что разрешается, а что запрещено, что входит в чьи-либо обязанности, а что не входит и т.п. Поэтому все формулировки в документах должны быть точными, в них недопустимы инотолкования. Точность официально-делового стиля, обусловленная экстралингвистическими факторами,

проявляется в языковых особенностях официально-деловых текстов, к их числу относятся: точное словоупотребление (используется специальная терминология, отсутствуют синонимические замены: слова не заменяются синонимами, а повторяются), использование предложений с союзной связью (союз точно, однозначно определяет отношения между частями сложного предложения) и др.

Итак, понятие стилевой черты является связующим звеном между экстралингвистическим и собственно языковым. В стилистике описание функциональных стилей строится с опорой на понятие стилевой черты. Наиболее полно и последовательно описаны стилевые черты официально-делового и научного стилей.

Функциональный стиль, подстиль, жанр, текст

Функциональные стили делятся на более мелкие речевые разновидности – **подстили**, отражая деление сфер общения на подсферы. **Подстиль** – это разновидность функционального стиля, характерная для определённой подсферы общения.¹² Например, наука как сфера человеческой деятельности включает различные подсферы, в том числе собственно научную и учебную. Соответственно выделяются собственно научный (научно-теоретический) и научно-учебный подстили. Эти подстили различаются характером адресата (коллеги-учёные в первом случае – учащиеся различных учебных заведений во втором), целью (изложение, доказательство истинности полученного автором текста знания – сообщение учащимся известных научных истин).

Подстили, в свою очередь, делятся на **жанры**. **Жанр** – это тип текстов с определённой темой, композицией, стилистиче-

скими особенностями.¹³ Каждый подстиль представляет собой совокупность определённых жанров. Например, научно-учебный подстиль объединяет такие жанры, как учебник, учебное пособие, лекция.

Наконец, жанры представлены реальными, конкретными **текстами**. Тексты, относящиеся к одному жанру, конечно, отличаются друг от друга. Однако все они обладают общими признаками (тема, композиция, стилистические особенности), позволяющими объединить их в один жанр.¹⁴

Функциональная стилистика

Наука, изучающая функциональные стили, называется **функциональной стилистикой**. Функциональная стилистика является ядром стилистики, её центральным направлением (существуют и другие направления стилистики – стилистика ресурсов, стилистика текста, экспрессивная стилистика и др.). Именно функциональная стилистика и составит содержание нашего курса.

¹³ Салимовский В.А. Речевой жанр // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. М., 2006. С. 352.

¹⁴ Кожина М.Н. Классификация и внутренняя дифференциация функциональных стилей // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. М., 2006. С. 149.

¹² Словарь социолингвистических терминов. М.: Российская академия наук. Институт языкознания. Российская академия лингвистических наук. Ответственный редактор: доктор филологических наук В.Ю. Михальченко. 2006. Электронный ресурс: <http://sociolinguistics.academic.ru>.

РАЗГОВОРНЫЙ СТИЛЬ

Прежде чем приступить к характеристике разговорного стиля, необходимо сказать несколько слов о самом термине «разговорный стиль». Разговорную функциональную разновидность выделяют все исследователи, однако при этом могут использоваться разные термины: «разговорный стиль», «разговорно-обиходный стиль», «разговорная речь», «разговорный язык». Не вполне совпадает и содержание, которое вкладывается в эти термины.

Одни лингвисты (М.Н. Кожина, О.Б. Сиротинина, А.Н. Васильева и др.) считают разговорную разновидность функциональным стилем (наравне с научным, публицистическим и другими). Другие учёные (Е.А. Земская, М.В. Панов и др.) полагают, что разговорная функциональная разновидность – это не стиль, а особый разговорный язык, используемый в неофициальном, непринуждённом и преимущественно устном общении. Этот разговорный язык (или, в другой терминологии, **разговорная речь**, сокращённо **РР**) противопоставляется **кодифицированному литературному языку** (сокращённо **КЛЯ**). КЛЯ, в отличие от РР, – это язык нормированный (нормы КЛЯ закреплены в словарях и справочниках), язык официального общения, язык радио, телевидения, печати, науки, образования. КЛЯ и РР существенно отличаются друг от друга, это и позволяет ряду учёных считать их разными языковыми системами в рамках литературного языка.

Вопрос о статусе разговорной функциональной разновидности (стиль или особый язык?) – вопрос теоретический, характеристики же этой функциональной разновидности (экстралингвистическая основа, языковые особенности) в работах разных лингвистов в целом совпадают. Нередко поэтому термины «разговорная речь» и «разговорный стиль» используются в одной и той же работе как синонимы.¹⁵

¹⁵ См., например: Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012. С. 432-434.

Мы будем считать разговорную разновидность функциональным стилем. Для этого, на наш взгляд, есть все основания. С одной стороны, разговорная разновидность едва ли может расцениваться как такая же полноценная, сложившаяся языковая система, как кодифицированный литературный язык: как отмечает Н.К. Пирогова, «все разговорно-речевые деформации нестабильны и неустойчивы».¹⁶ С другой стороны, разговорная функциональная разновидность обладает признаками стиля: 1) её функционирование определяется рядом экстралингвистических факторов (непринуждённым характером общения и др. – см. ниже), 2) разговорная разновидность обладает языковыми средствами, отличающими её от других стилей. Разговорные средства стилистически значимы – они несут экспрессию непринуждённости (эта экспрессия хорошо ощутима, о чём говорит возможность **стилизации** высказывания, имитация «разговорности»). Итак, мы будем говорить о **разговорном стиле**, а не об отдельном разговорном языке.

Наряду с термином «разговорный стиль» мы будем использовать термин «разговорная речь» (ср. параллельно используемые термины «научный стиль» и «научная речь», «официально-деловой стиль» и «официально-деловая речь»).

Каковы экстралингвистические и собственно языковые характеристики разговорного стиля? Разговорный стиль характерен для частной, обиходно-бытовой сферы коммуникации, это повседневное общение прежде всего на бытовые темы, хотя в непринуждённой манере можно обсуждать любую тему. Необходимым условием бытования разговорного стиля является отсутствие установки на официальное общение, чему способствуют неофициальные отношения между участниками коммуникации, непринуждённая обстановка общения. Между книжными стилями, с одной стороны, и разговорным стилем, с другой, существует распределение (дистрибуция). Книжные стили используются при установке на официальное общение: в общественной сфере коммуникации, при официальных отно-

¹⁶ Пирогова Н.К. Об орфоэпических стилях и их эволюции в русском языке // Славянская филология. Вып. 11. М., 1979. С. 34.

шениях между участниками коммуникации. Разговорный стиль используется при отсутствии установки на официальное общение: в частной сфере общения, в непринуждённой обстановке, при неофициальных отношениях между участниками коммуникации. При этом, как отмечает О.А. Крылова, существуют переходные области, когда возможны и книжная, и разговорная речь, «например, разговор пациента с врачом, диалог на улице, т.е. когда говорящие незнакомы, но отношения между ними лишены подчеркнутой официальности».¹⁷ В таких случаях выбор регистра общения (разговорный – книжный) зависит от желания участников коммуникации увеличить или сократить дистанцию общения, придать контакту официальный или межличностный характер.

Ведущей функцией разговорной речи является функция общения. Также для разговорной речи характерны функции сообщения (передачи информации) и воздействия, но они, как отмечает О.Б. Сиротинина, отступают на второй план.¹⁸ Протекает разговорная речь преимущественно в виде диалога. Разговорная речь – это речь неподготовленная, спонтанная.

Для разговорного стиля наиболее характерна устная форма бытования (жанры бытового разговора, дружеской беседы, спора и др.). Однако существует и письменная разговорная речь, причём с приходом в нашу жизнь Интернета и мобильной связи сфера употребления письменной разговорной речи существенно расширилась. Если раньше она ограничивалась главным образом жанрами непринуждённого, дружеского письма, записки, то сейчас она представлена ещё и обширной перепиской в Интернете (электронная почта, форумы и т.д.), а также SMS-сообщениями.

¹⁷ Крылова О.А. Лингвистическая стилистика. В 2 кн. Кн.1. Теория. М., 2008. С. 287.

¹⁸ Сиротинина О.Б. Разговорный стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. М., 2006. С. 320.

ЛЕКСИКА. ПРЕОБЛАДАНИЕ ГЛАГОЛА НАД ИМЕНЕМ В РАЗГОВОРНОМ СТИЛЕ

В разговорных текстах используются различные лексические единицы. В количественном отношении преобладает стилистически нейтральная лексика (*дом, писать, быстро*), однако специфику стиля составляет лексика разговорная (*привет*) и разговорно-сниженная (*трепать*). Используется в разговорных текстах и книжная лексика (например, рассказывая друзьям о том, какой мы купили новый ноутбук, мы с неизбежностью будем использовать в своей речи некоторые компьютерные термины, хотя наш разговор будет носить неофициальный, непринуждённый характер). С другой стороны, в разговорных текстах встречаются жаргонные, просторечные и диалектные слова – в том случае, если говорящий хочет придать своей речи большую выразительность.¹⁹

Для разговорного стиля характерно **преобладание глагола над именем**: глаголы встречаются чаще, чем существительные (это отличает разговорный стиль от книжных стилей – официально-делового, научного, публицистического, где имя преобладает над глаголом). При этом в разговорных текстах активно используются финитные (спрягаемые) формы глагола (*читаю, читает*). А вот деепричастия и причастия (*читая, читающий*) для разговорной речи не характерны, эти формы глагола свойственны книжной речи.

ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ, ХАРАКТЕРНЫЕ ДЛЯ РАЗГОВОРНОГО СТИЛЯ

Разговорная речь существенно отличается от книжной речи. Различия между разговорной и книжной речью становятся очевидными даже при самом поверхностном сравнении текстов, составленных в разговорном и книжном регистрах. Сравним два диалога: первый диалог составлен в книжном регистре, а второй – в разговорном регистре.

¹⁹ См. Земская Е.А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. М., 2004. С. 26.

Диалог 1

- Что вы сдаёте?
- Мы сдаём историю античной литературы.
- И каковы ваши успехи?
- Мы получили три оценки «отлично», четыре оценки «хорошо», две оценки «удовлетворительно» и одну оценку «неудовлетворительно».
- А что получил ты?
- Я ещё не заходил в аудиторию.
- Желаю тебе успеха.
- Спасибо!

Диалог 2

- Что сдаёте?
- Античку.
- И как?
- Три пятёрки, четыре четвёрки, два тройка и один неуд.
- А ты?
- Ещё не заходил.
- Н-да... Ну, ни пуха, ни пера!
- К чёрту!

Первый диалог (в книжном регистре) выглядит искусственным, так не говорят между собой однокурсники – слишком длинно и официально. Второй диалог (в разговорном регистре) динамичный, непринуждённый, эмоциональный – всё это делает его естественным: именно так общаются между собой однокурсники в дружеской, неофициальной обстановке. Краткость, лаконичность реплик разговорного текста не случайна. В основе любой человеческой деятельности лежит стремление по возможности сэкономить усилия, не тратить лишней энергии. Стремление к экономии усилий лежит и в основе речевой деятельности. Французский лингвист А. Мартине, сформулировавший принцип экономии в языке («принцип наименьшего усилия»), писал: «Постоянное противоречие между потребностями общения человека и его стремлением свести к минимуму свои умственные и физические усилия может рассматри-

ваться в качестве движущей силы языковых изменений».²⁰ Принцип экономии речевых усилий находит яркое проявление в разговорном стиле.

Помимо экономии речевых усилий в разговорном стиле есть и другие тенденции и особенности: отмечается **тенденция к аналитизму**, существует специфика в **предъявлении информации**, также для разговорного стиля характерна **экспрессивность**. Рассмотрим каждое из этих явлений.

ПРИНЦИП ЭКОНОМИИ РЕЧЕВЫХ УСИЛИЙ

1) Фонетическая компрессия

В разговорной речи наблюдается упрощение произношения: слова как бы «сжимаются», происходит их **компрессия**. При этом наблюдаются следующие фонетические процессы:

1) **Выпадение интервокальных согласных** (согласных, находящихся между гласными): [буиш] – будешь, [т'иэр'] – теперь.

2) **Упрощение групп согласных** за счёт устранения одного из согласных: [скокъ] – сколько, [н'икада] – никогда. Упрощение некоторых групп согласных наблюдается и в кодифицированном литературном языке (упрощаются, например, группы *стн, зди, лиц*: изве[сн]ый, по[зн]о, со[нц]е), однако в разговорной речи этот процесс охватывает большее количество групп, чем в кодифицированном литературном языке, в том числе группы, состоящие из двух согласных.

3) **Редукция гласных до нуля**: пожа[лс]та – пожалуйста, де[с'т'] – десять.

Произношение одного и того же слова в разговорной речи варьируется. Вот как по-разному может произноситься слово *говорит*: [г'вр'ит, г'р'ит, г'р'т, г'т].

Для того чтобы лучше понимать разговорную речь, стоит запомнить фонетический облик наиболее **частотных слов**.

²⁰ Мартине А. Основы общей лингвистики. М., 2009. С. 188-189.

здравствуйте [зд́рас'т'и]
 когда [када́, каа́]
 тогда [тада́, таа́]
 наверно [наз́рнъ, наз́нъ, нз́нъ]
 сегодня [с'о́дн'ъ, с'о́н'ъ]
 сейчас [ш'ас]
 теперь [т'э́р']
 тебе [т'иэ́, т'э́]
 тебя [т'и́а, т'а́]

десять [д'э́с'т']
 двадцать [двац']
 тридцать [тр'иц']
 пятьдесят [п'ис'а́т, п'с'а́т]
 шестьдесят [шис'а́т, шс'а́т]
 семьдесят [с'э́м'с'т]
 восемьдесят [вос'им'с'т]
 тысяча [ты́ш'ъ]

Фонетическая компрессия связана с наличием у говорящего установки на неофициальное общение и с быстрым темпом речи: «быстрый темп ... должен сочетаться ... с «разрешением» на осуществление тенденции к упрощению».²¹ Однако фонетическая компрессия частотных слов возможна и при нормальном, и даже при медленном темпе – компрессированное произношение частотных слов воспринимается как непринуждённое, стилистически маркированное.

2) Универбация

Наверное, многие знают неофициальное, разговорное название Третьяковской галереи – *Третьяковка*. В данном случае мы опять имеем дело с экономией речевых усилий: вместо двух слов произносится одно. Существительное *Третьяковка* образуется с помощью суффикса *-к-* от прилагательного *Третьяковская*, входящего в словосочетание *Третьяковская галерея*:

Третьяковская (галерея) + *-к-* → Третьяковка

Такой способ образования существительных называется **универбацией**. Образованное таким способом слово несёт экспрессию непринуждённости.

²¹ Кодзасов С.В. Фонетический эллипсис в русской разговорной речи // Теоретические и экспериментальные исследования в области структурной и прикладной лингвистики. М., 1973. С. 110.

1. Скажите, как в разговорном стиле назовут:

минеральную воду, зачётную книжку, античную литературу, зарубежную литературу, Всероссийскую государственную библиотеку иностранной литературы, Таганскую площадь, маршрутное такси, газированную воду, сгущённое молоко.

2. Выберите стилистически правильный вариант.

1) *Приказ ректора*: «Экзамены принимать только при наличии ведомости и (зачётной книжки - зачётки)». 2) *Студент – соседу по комнате*: «Ты на экзамен? (Зачётку - зачётную книжку) не забыл? 3) *Экскурсовод*: «А сейчас мы с вами подъезжаем к (Таганской площади - Таганке), здесь находится известный московский Театр на Таганке». 4) *Из разговора двух однокурсников*: «Ты сейчас куда?» – «(На Таганскую площадь - на Таганку). Договорился там встретиться с одним знакомым». 5) *Летом друзья остались в городе*: «Ну и жара, сейчас бы мороженого или (минеральной воды - минералки)!» 6) *В магазине продавец обслуживает покупателя*: «У нас большой выбор (минеральной воды - минералки). Вот газированная, вот негазированная. Выбирайте». 7) *Разговор студентов первого и второго курсов*: «Мы сейчас (античную литературу - античку) сдаём. А у вас что?» – «А у нас (зарубежная литература - зарубежка)». 8) *Студент – преподавателю*: «Скажите, пожалуйста, когда можно пересдать (античную литературу - античку)?» 9) *Надпись на банке*: «Сгущённое молоко - сгущёнка». 10) *Семья собирается в поход. Муж – жене*: «Ты все продукты уложила? (Сгущённое молоко – сгущёнку) не забыла?».

3) Неполные предложения

Для разговорного стиля характерны неполные предложения, то есть предложения, в которых отсутствует какой-либо

конструктивно необходимый член предложения.²² Отсутствовать может, например, подлежащее: *Вчера в кино ходили* (мы? они?), сказуемое: *Мы вчера ходили в кино, а они – на выставку* (пропущено слово *ходили*), дополнение: *Дай мне, пожалуйста* (жест в сторону лежащей на столе книги). Понять смысл предложения, восстановить пропущенный член предложения в одних случаях помогает контекст (*Мы вчера ходили в кино, а они – на выставку*), в других случаях – ситуация общения: например, в обувном магазине женщина рассматривает сапоги красного цвета и говорит: «По-моему, красные всё-таки слишком яркие». Из ситуации общения понятно, что речь идёт о сапогах.

Неполные предложения в разговорном стиле, с одной стороны, обеспечивают экономию речевых усилий, с другой – придают высказыванию динамичность, несут экспрессию непринуждённости, неофициальности.

3 Прочитайте контексты, найдите неполные предложения. Восстановите отсутствующие члены предложения. Что позволило вам это сделать в каждом случае – контекст или знание ситуации общения?

1) (*В магазине, в отделе соков*). Давай лучше апельсиновый купим, он вкуснее. 2) Из соседней квартиры недавно замуж вышла. 3) Катя, привет. Слушай, я тут с одним человеком договорился встретиться, а его что-то нет. Ты не видела, тут такой высокий, в сером свитере не проходил? 4) (*Разговор во время чаепития*). Я всегда без сахара пью. 5) (*Учительница собирает тетради, ищет ручку*). Кажется, я красную сегодня дома оставила. 6) (*Покупатель – продавцу мороженого*). Мне два в стаканчике, пожалуйста. 7) (*Сын по-*

ливает цветы). А этот надо каждый день поливать? 8) (*В магазине обуви. Женщина держит в руках туфли*) А у вас нет поменьше? Мне тридцать седьмой надо.

4) Широкое использование бессоюзных предложений

В разговорном стиле широко используются предложения с бессоюзной связью: *Будешь в Москве – звони*. Использование бессоюзных предложений даёт экономию (отсутствие союза сокращает высказывание, делает его более динамичным). Однако при этом утрачивается однозначность интерпретации высказывания. Предложение *Будешь в Москве – звони* можно понять по-разному: *Если будешь в Москве, звони* (условные отношения), *Когда будешь в Москве, звони* (временные отношения). Такая неоднозначность компенсируется в разговорной речи знанием конкретной ситуации: если известно, что собеседник обязательно будет в Москве, то это временные отношения (*когда*), если неизвестно, приедет ли собеседник в Москву, то перед нами условные отношения (*если*).

4 Прочитайте высказывания. Для какого регистра они характерны – для книжного или для разговорного? Определите характер отношений между частями предложений, «восстановите» союзы.

1) Вот она придёт ко мне, я вас и познакомлю. 2) Мы не пошли в парк – дождь начался. 3) Мы на даче жили – часто встречались. 4) Он говорит, не брал книгу со стола. 5) Она пишет, дожди у них каждый день. 6) Он не придёт – поздно уже. 7) А где тетрадь – на стол положила?



Все описанные выше случаи экономии (фонетическая компрессия, универбация, неполные и бессоюзные предложения) позволяют сделать высказывание короче. Это **формальная** экономия (короче, проще становится форма). Можно сказать, что формальная экономия сокращает усилия при произношении, «физические усилия». Однако говорящий

²² Вводя понятие неполного предложения, мы опираемся на определение, данное в учебнике: Современный русский язык. Ч.2. Синтаксис / Под ред. Д.Э. Розенталя. М., 1979. С. 91-94. Е.А. Земская использует в том же значении другой термин: *эллипсис*, различая контекстуальный и конситуативный эллипсис (Земская Е.А. Русская разговорная речь. Лингвистический анализ и проблемы обучения. М., 2004. С. 136-137).

стремится облегчить себе и мыслительный процесс. От формальной экономии целесообразно отличать экономию мыслительную. Вот некоторые примеры мыслительной экономии.

5) Слова-заместители

Чтобы не тратить лишних мыслительных усилий, не подбирать точное наименование предмета, говорящий в неофициальной ситуации нередко использует универсальные наименования – слова *вещь*, *штука*, *дело*, *история* и т.п., которые могут быть отнесены к любому предмету.

5. Прочитайте микродиалоги. Скажите, какое наименование заменяет слово *штука* в каждом случае.

1) **Николай:** Андрей, тут такая *штука*: у меня завтра утром сестра приезжает, а я не могу её на вокзале встретить.

Андрей: Давай я встречу. Завтра утром я как раз свободен. Какой вокзал?

2) **Сестра:** Дай мне вон ту *штуку* с полки.

Брат: Эту?

Сестра: Да нет, коробочку вон ту.

3) **Первая подруга:** Жизнь – странная *штука*.

Вторая подруга: Это точно.

4) **Мать:** Это что у тебя за *штука*? Где ты её взяла?

Ребёнок: Здесь лежала.

Мать: Выброси немедленно эту железку. Поранишь руку.

 Из задания 5 видно, что слово *штука* может заменять собой самые разные наименования, это так называемое **слово-заместитель**. Замещая другие слова, слова-заместители не имеют собственного значения, они являются семантически опустошёнными. Именно поэтому разные слова-заместители

могут использоваться как синонимы: *Андрей, тут такая штука (такая вещь, такая история, такое дело): у меня завтра утром сестра приезжает, а я не могу её на вокзале встретить.*

6) Наименование предмета по его функции

Ещё один пример мыслительной экономии – это наименование предмета по его функции. Каждый предмет предназначен для какого-либо действия, выполняет какую-либо функцию. Когда человеку необходимо совершить какое-нибудь действие, он вспоминает, актуализирует в своём сознании название предмета, необходимого для выполнения этого действия. Например, человеку нужно вытереть руки – значит, ему потребуется полотенце. Представим себе ситуацию: муж просит жену дать ему полотенце. Эта просьба в книжном регистре будет звучать следующим образом: *Аня, дай мне, пожалуйста, полотенце*. Однако мыслительный процесс может «остановиться» на осознании функции предмета и «не доходить» до поиска его точного наименования. Тогда возникнет наименование предмета по его функции: *чем руки вытереть*. В разговорной речи просьба дать полотенце может иметь следующий вид: *Ань, дай чем руки вытереть*. При этом наименование *чем руки вытереть* шире, чем *полотенце* (это может быть и полотенце, и носовой платок, и просто чистая тряпочка). Таким образом, наименование по функции, характерное для разговорной речи, очень удобно: оно избавляет говорящего от необходимости вспоминать и перечислять все подходящие предметы (предметы, выполняющие нужную функцию), и вообще избавляет от необходимости подыскивать точное наименование предмета, т.е. даёт мыслительную экономию.

В конструкциях-наименованиях предмета по функции используются относительные местоимения. Выбор формы местоимения определяется сочетаемостными свойствами глагола – способностью глагола «соединяться с определённым

кругом распространяющих его форм».²³ *вытирать/ вытереть (чем – что)*, соответственно: *чем руки вытереть*.

6. Придайте высказываниям разговорный, непринуждённый характер. Для этого замените выделенные названия предметов наименованиями по функции.

Образец: У вас есть *обёрточная бумага* (завернуть) – У вас есть во что завернуть?

- 1) Купи *стиральный порошок* (стирать).
- 2) У нас есть *еда* (поесть).
- 3) А где у нас *щётка для одежды* (одежду чистить)?
- 4) У тебя есть *человек, к которому ты мог бы обратиться за советом*? (посоветоваться).
- 5) Ты взяла с собой *книгу или журнал* (почитать)?
- 6) У тебя есть *вечернее платье* (надеть)?

7. Попросите нужные вам вещи, не называя их (не «вспоминая» их название), а только указав их функцию.

Образец: Вы хотите завернуть во что-нибудь книгу, чтобы она не испачкалась. – Дай мне во что завернуть.

- 1) Вы хотите записать номер телефона, но у вас нет ни карандаша, ни ручки.
- 2) Вы хотите записать на чём-нибудь адрес, но у вас нет ни блокнота, ни листа бумаги.
- 3) Вы хотите положить во что-нибудь подарок для друга, но у вас нет ни пакета, ни сумки.
- 4) Вы собираетесь мыть окно, но не знаете, где губка.
- 5) Вы собираетесь нарезать хлеб, но у вас нет ножа.
- 6) Вы хотите поставить цветы в вазу, но не знаете, где она.

ТЕНДЕНЦИЯ К АНАЛИТИЗМУ

8. Прочитайте реплики диалогов. В какой падежной форме употреблены выделенные слова? В какой форме должны стоять эти слова в соответствии с нормами русского кодифицированного литературного языка? Сделайте вывод о том, как используется именительный падеж в разговорной речи – более широко или менее широко, чем в кодифицированном литературном языке?

²³ Русская грамматика. Т.2. Синтаксис. М., 1980. С. 14.

1) **Продавец:** Вот Пушкин есть, сказки.

Покупатель, выбирающий книгу для ребёнка: *Пушкин* сказки уже читали.

2) – На этой неделе нужно сделать заказ.

– *А следующая неделя?*

– *Следующая неделя* у них отпускной период начинается.

3) *Воскресенье, понедельник* музей закрыт.

4) Я живу *улица Варги, дом 3*.

5) – А за кого она замуж вышла?

– *Какой-то биолог*.

6) – Вам шарф *какой цвет*?

– *Синий*.

7) Ты *третья парта* сидишь?



Как показывают примеры из задания 8, в разговорной речи возможны контексты, в которых используется форма именительного падежа в тех случаях, когда в кодифицированном литературном языке употребляются косвенные падежи (РР: *Следующая неделя у них отпускной период начинается*, КЛЯ: *На следующей неделе у них начинается отпускной период*). Широкое использование именительного падежа в разговорной речи в тех случаях, когда в кодифицированном литературном языке должны использоваться косвенные падежи, расценивается лингвистами как проявление в разговорной речи **тенденции к аналитизму**. Что это значит? Все языки могут быть разделены на два типа: **синтетические** и **аналитические**. В синтетических языках преобладают синтетические формы, совмещающие в себе лексическое и грамматическое значение (*пишу*). В синтетических языках слова **изменяются**, грамматические значения выражаются прежде всего с помощью окончаний (*письмо сестры – письмо сестре*), хотя возможны и другие способы выражения грамматических значений (с помощью предлогов: *на стол – под стол*, союзов: *добрый и смешной – добрый, но смешной*, порядка слов:

Мать любит дочь – Дочь любит мать). В аналитических языках слова не изменяются, грамматические значения выражаются с помощью предлогов, союзов, порядка слов, интонации. Аналитическим является, например, английский язык.

Русский язык – это язык синтетического типа, слова в нём изменяются (имена, например, изменяются по падежам). Однако в разговорной речи, как мы видели, возможны контексты, где слово выступает в одной форме – **в форме именительного падежа**, т.е. как бы не изменяется по падежам, так же как и в языках аналитического типа.

Как проявление тенденции к аналитизму, очевидно, следует расценивать и **широкое использование инфинитива** в разговорном стиле, например: *Ему не решить эту проблему. Нам не решить эту проблему. Вам не решить эту проблему.* (Ср.: *Он не решит эту проблему. Мы не решим эту проблему. Они не решат эту проблему.*)

Тенденцию к аналитизму в разговорном стиле можно объяснить действием закона экономии речевых усилий: возможность употребления одной формы (именительного падежа, инфинитива), заменяющей целый ряд разнообразных форм, даёт мыслительную экономию.

9. Анализ текста. Прочитайте вслух диалог, обратите внимание на разговорное произношение выделенных слов. Найдите в диалоге черты, характерные для разговорного стиля.

Андрей: С кем это ты *сейчас* говорил?

Николай: Да я много с кем говорил.

Андрей: Ну, такая высокая, в синем джемпере.

Николай: А, это Надя Иванова. Мы с ней на одном курсе учимся.

Андрей: Она какая группа?

Николай: Первая немецкая.

Андрей: Познакомишь?

Николай: Вот на день рождения ко мне *сегодня* придёшь, там и познакомлю.

Андрей: Кстати, ты так и не сказал, как ехать.

Николай: Лучше всего от «Юго-западной». У тебя есть на чём записать?

Андрей: *Наверное*, есть. Да, вот блокнот.

Николай: Пиши. *Пятьдесят* восьмая маршрутка или автобусы *двести двадцать семь*, двести *восемьдесят* один, сто *сорок четыре*. Остановка «Лейпциг». Там рядом, адрес я *тебе* давал. Потеряешься – звони.

Андрей: Не потеряюсь. В шесть?

Николай: В шесть. Ну, давай, жду. Ладно, я побежал на пару.

Андрей: Пока.

10. Творческое задание. Составьте диалог: вы приглашаете вашего друга (подругу) встретить Новый год у вас дома. Вы рассказываете, как к вам доехать. Друг (подруга) интересуется, кого из ваших общих знакомых вы пригласили на праздник. Вы отвечаете.

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Разговорному стилю свойственна особая подача информации. Во-первых, как отмечает О.А. Крылова, в непринуждённом общении для говорящего характерно «**желание поскорее сообщить основное**».²⁴ С этой тенденцией связан разговорный **порядок слов**: в предложении коммуникативно значимый фрагмент (фрагмент, содержащий важную информацию) выносится вперёд, а менее важная информация располагается в конце предложения: «*Кто пришёл?*» – «*Настя пришла*». Во-вторых, информативный центр предложения может выделяться с помощью специальных слов – **лексических актуализаторов**: *У тебя завтра – да? зачёт*.

На наш взгляд, такое предъявление информации, при котором акцентируется коммуникативно значимый фрагмент (с помощью порядка слов или лексических актуализаторов), можно объяснить следующим образом. Поскольку для разговорного стиля наиболее характерна устная, динамичная форма общения, говорящий стремится к тому, чтобы слушающему

²⁴ Крылова О.А. Коммуникативный синтаксис русского языка. М., 2009. С. 149.

было легче понять, воспринять его высказывание, т.е. заботится об эффективности своей речи.

Рассмотрим подробнее особенности подачи информации в разговорном стиле.

1) Вынесение актуальной информации вперёд (порядок слов)

Для выделения информативно нагруженного, коммуникативно значимого фрагмента высказывания в разговорном стиле используется особый порядок слов: коммуникативно значимый фрагмент выносится вперёд. Вынесение вперёд коммуникативно значимого фрагмента наблюдается и на уровне высказывания (предложения) в целом, и на уровне словосочетания.

Как известно, высказывание содержит **тему** («то, о чём сообщается») и **рему** («то, что сообщается о теме»)²⁵. Тема (Т) часто (хотя и не всегда) содержит уже известную и поэтому менее актуальную информацию, рема (R) содержит новую, актуальную информацию – именно ради сообщения этой информации строится высказывание: «*Кто звонил?*» – «*Звонила (Т) / подруга (R)*». Высказывания, в которых часть слов относится к теме, а часть слов – к реме, называются **расчленёнными**: *Звонила (Т) / подруга (R)*. Высказывания, в которых все слова относятся к реме, называются **нерасчленёнными** (это высказывания с нулевой темой²⁶): *Пришла зима (R)*. Такие предложения отвечают на вопрос: «Что произошло?»

В книжной и разговорной речи наблюдаются различия в порядке слов в обоих типах высказываний. В **нерасчленённом** высказывании в книжной речи сказуемое предшествует подлежащему (*Пришла зима*). Такой порядок слов называется **прямым**. В разговорной речи часто наблюдается **обратный** порядок слов: на первое место выносится подлежащее (при

этом оно выделяется интонационно), а далее следует сказуемое: *Зима пришла*. С чем связан обратный порядок слов? Очевидно, с желанием говорящего, «начать с главного», сразу ввести адресата в курс дела. Действительно, подлежащее (*Зима*) является информативно более нагруженным, чем сказуемое (*пришла*). Т.М. Николаева называет нерасчленённые высказывания с обратным порядком слов (типа *Зима пришла*) высказываниями «экстренного введения в ситуацию».²⁷

В **расчленённом** высказывании в книжной речи рема располагается после темы (прямой порядок слов): *Зимой (Т) / холодно (R)*. В разговорной речи рема, которая всегда содержит новую, актуальную информацию, часто выносится вперёд, ставится перед темой (обратный порядок слов) и выделяется интонационно: *Холодно (R) / зимой (Т)*.

11. Укажите к каждому вопросу ответ в книжном и в разговорном регистре.

1) А куда Андрей поехал?

а) *В университет* поехал.

б) Он поехал *в университет*.

2) Зачем ты идёшь в магазин? У нас же всё есть.

а) Хочу купить *чего-нибудь вкусенького*.

б) *Чего-нибудь вкусенького* хочу купить.

3) А куда ты пульт от телевизора положила?

а) *На столе* лежит. б) Он лежит *на столе*.

4) Что ты бегаешь по всей квартире? Потерял что-нибудь?

а) *Тетрадь по математике* никак не могу найти.

б) Никак не могу найти *тетрадь по математике*.

12. Ответьте на вопросы, используя данные в скобках слова. Используйте порядок слов, характерный для разговорного стиля.

²⁷ Николаева Т.М. «Экстренное введение в ситуацию»: особый вид просодического выделения. Цит. по: Крылова О.А. Коммуникативный синтаксис русского языка. М., 2009. С. 22.

²⁵ Ковтунова И.И. Современный русский язык. Порядок слов и актуальное членение предложения. М., 2002. С.7.

²⁶ Крылова О.А. Коммуникативный синтаксис русского языка. М., 2009. С. 18.

1) Пойду погуляю. Что бы надеть? (Надень, куртку). 2) Куда поставить вазу с цветами? (Поставь, на стол). 3) Ты сейчас куда? (Хочу зайти, в библиотеку). 4) Почему вы не взяли с собой в поход Лизу? (Она, маленькая). 5) Что это он сегодня такой радостный? (У него сегодня, день рождения).

 В разговорной речи обратный порядок слов наблюдается не только на уровне предложения, но и на уровне словосочетания. Обратный порядок слов часто отмечается в так называемых **неактуализированных** словосочетаниях – в словосочетаниях, стоящих **внутри** темы или **внутри** ремы.

1) Существительное ставится перед определяющим его словом (согласованным определением): *Мы любим ходить в парк. А мама моя (Т)/ обычно около дома гуляет (R)*. Ср. в книжной речи: *Мы любим ходить в парк. А моя мама (Т) / обычно гуляет около дома (R)*. Обратный порядок слов в таких словосочетаниях наблюдается в том случае, если существительное является информативно более нагруженным, чем определяющее его слово. Если же коммуникативно более значимым является определение, оно стоит перед существительным: «В чём ты пойдёшь гулять? Может, в синем платье?» – «Нет, **синее платье** (Т) / я в гости надену (R)».

13. Придайте высказываниям разговорный характер, изменив порядок выделенных слов.

1) *Эту песню* я знаю. 2) Сейчас в моде *узкие юбки*. 3) У неё *маленький ребёнок*. 4) Ты *мою сумку* здесь не видела? 5) Дай мне *какую-нибудь ручку*.

 2) Для разговорной речи характерно расположение управляемого слова перед управляющим, например существительного перед глаголом, от которого оно зависит: *Вечером они (Т)/ в театр идут (R)*. *Я (Т)/ книгу читаю (R)*. Ср.

в книжной речи: *Вечером они (Т)/ идут в театр (R)*. *Я (Т)/ читаю книгу (R)*. Обратный порядок слов в неактуализированном словосочетании и в этом случае можно объяснить фактором коммуникативной значимости. Существительное несёт больше информации, чем глагол: часто существительное позволяет прогнозировать действие, которое с ним связано: *в театр – идти, книгу – читать*. Глагол при этом оказывается как бы информативно избыточным.

14. Придайте высказываниям непринуждённый, разговорный характер, изменив место выделенных слов в предложениях.

1) Мы говорили *о тебе*. 2) Я пойду *с вами*. 3) Андрей нас ждёт *на остановке*. 4) Мы опаздываем *на поезд*. 5) Все мечтают *о такой машине*.

 3) В разговорной речи инфинитив часто располагается перед глаголом, от которого он зависит: *Я (Т) / уже скучать начал (R)*. *Я (Т) / тебе ещё вчера позвонить хотел (R)*. Ср. в книжной речи: *Я (Т) / уже начал скучать (R)*. *Я (Т) / тебе ещё вчера хотел позвонить (R)*. Инфинитив несёт большую смысловую нагрузку, чем глагол, от которого он зависит: инфинитив называет основное действие, а изменяемая форма глагола обычно указывает лишь на модификацию этого действия (фазовую, модальную): *начал, хотел*.

15. Придайте высказываниям разговорный характер, изменив порядок слов в выделенных словосочетаниях.

1) Я уже *устал писать*. 2) За окном *начало темнеть*. 3) Я с тобой *хотел поговорить*. 4) Я тебе *хочу помочь*. 5) Учитель делает им замечание – а они *продолжают болтать!* 6) Каждый человек *может ошибиться*.

 Интересно, что в разговорной речи компоненты неактуализированного словосочетания могут «отрываться» друг от друга, располагаясь в разных частях высказывания:

Дождь на улице идёт сильный. Ср. в книжной речи: *На улице идёт сильный дождь.* При этом вперёд обычно выносятся тот компонент словосочетания, который представляется говорящему информативно более нагруженным, более важным. Такие высказывания могут иметь особое интонационное оформление: два интонационных центра (каждый из компонентов словосочетания выделяется с помощью интонации). Высказывания, содержащие два интонационных центра, называются **двувершинными**.

16. а) Прочитайте микродиалоги. Найдите в выделенных словосочетаниях компонент, несущий большую информационную нагрузку.

б) Придайте выделенным репликам разговорный, непринуждённый характер: преобразуйте их в двувершинные высказывания.

- 1) – Что это вас так развеселило?
– Максим рассказал **смешной анекдот**.
- 2) – Замёрзла?
– Да. Еле до дома дошла. **На улице ужасный ветер**.
- 3) – В этом году обещают **раннюю весну**.
– Хорошо. Значит, скоро снег тает.
- 4) – Что это ты на стол все бумаги вывалил?
– **Пытаюсь найти университетский пропуск**.
- 5) – Ну и парк! **Здесь можно заблудиться!**
– Да, парк большой.

2) Выделение актуальной информации с помощью лексических актуализаторов

В разговорном стиле наиболее актуальный фрагмент высказывания может подчёркиваться с помощью лексического актуализатора. В частности, лексический актуализатор может служить дополнительным средством выделения **ремы в общем вопросе** (напомним, что общим вопросом называется вопрос без вопросительного слова; ремой в общем вопросе явля-

ется то, о чём спрашивают, информация, требующая подтверждения или опровержения): *Отец (Т) /дома (R), да?* В приведённом примере лексический актуализатор *да* выделяет рему *дома*. Использование лексического актуализатора в данном случае можно объяснить следующим образом. В общем вопросе рема выделяется только интонационно, с помощью третьей интонационной конструкции (ИК-3). От интонации зависят смысл вопроса и ответ на него. Вопрос: *Отец³ дома?* – Ответ: *Да, отец*. Вопрос: *Отец до³ма?* – Ответ: *Да, дома*. Лексические актуализаторы на вербальном уровне подчёркивают рему, облегчая восприятие вопроса: *Отец, да? дома* (ответ: *Да, отец*); *Отец дома? да?* (ответ: *Да, дома*).

В качестве лексических актуализаторов часто используются слова *да, нет* (слово *нет* используется при наличии в предложении отрицания). Слова *да, нет* располагаются после ремы: *Он здесь¹³ сь, да³? живёт. Ты не опозда³ешь, не³т? на поезд*. Лексическим актуализатором является также слово *что*. Этот лексический актуализатор располагается перед ремой: *Он что², до³ма уже?*

Лексические актуализаторы могут располагаться не только контактно с интонационно выделяемым словом, но и после всего предложения в целом, актуализируя его вопросительный характер. Общий вопрос не имеет никаких лексических показателей «вопросительности» и отличается от утвердительного предложения только интонацией: *Он до³ма? Он до¹ма*. Лексические актуализаторы, отнесённые ко всему предложению в целом, подчёркивают вопросительную целеустановку предложения: *Он здесь живёт, да? Ты не опоздаешь на поезд, нет? А что, он ещё не приехал?* Ср. предложения без лексических актуализаторов, в которых вопросительная целеустановка выражена менее ярко (только с помощью интонации): *Он здесь живёт? Ты не опоздаешь на поезд? Он ещё не приехал?*

17. Введите в вопросы лексические актуализаторы *да, нет* после выделенных слов и ответьте на вопросы.

1) Николай поедет на встречу? 2) Николай поедет **на встречу**? 3) Этот цветок **надо** полить? 4) Этот цветок **надо** полить? 5) Вы **в воскресенье** уезжаете? 6) Вы **в воскресенье** уезжаете? 7) Вы **в воскресенье** не уезжаете? 8) Ты **не ошибся**? 9) Это **Маша** ошиблась?

ЭКСПРЕССИВНОСТЬ

Для разговорной речи характерна экспрессивность, выразительность. С чем это связано?

1) Общаясь с близкими людьми, мы не только делимся информацией, но и выражаем к ней отношение, причём делаем это, как правило, в эмоциональной форме (в официальной обстановке это неуместно, а в непринуждённом общении вполне естественно). Эмоционально-оценочные средства, которые мы используем, несут заряд экспрессии (*жадина*).

2) Экспрессивность высказывания в разговорном стиле может быть связана с желанием лучше донести до собеседника свою мысль. Например, в ответ на вопрос, как дойти до банка, можно услышать такой ответ: *Это вам надо всё прямо, прямо, пока до перехода не дойдёте, а потом налево*. В приведённом примере средство экспрессии – повтор *прямо, прямо*, усиливающий воздействие на слушателя – используется для того, чтобы донести до адресата мысль, что нужно достаточно долго идти, никуда не сворачивая. Экспрессия в данном случае не связана с выражением каких-либо конкретных эмоций, это «чистая экспрессия».

3) Стремясь придать общению непринуждённый характер, участники коммуникации используют разговорные средства, которые несут экспрессию непринуждённости (*привет*) или экспрессию сниженности (*трепаться*).

18. Прочитайте предложения, найдите в них экспрессивные средства (эмоционально-оценочные, собственно экспрессивные, разговорные с экспрессией сниженности). Определите оценку, выражаемую эмоционально-оценочными средствами (положительная – отрицательная).

1) Пить хочу – умираю! 2) Пришли в бухгалтерию – а там закрыто. Целый час под дверью загорали. 3) Вот медведь, всю ногу отдал! 4) Он грязнуля, никогда у себя в комнате не убирает. 5) Он работяга, всегда мастерит что-то. 6) «И долго нам ждать?» – «А кто его знает! Может, он только вечером позвонит». 7) «Кажется, на улице потеплело» – «Какое там потеплело! Холод собачий». 8) Учили, учили – так ничего и не выучили.



В разговорном стиле активно используются местоимения: *Спектакль просто никакой* («плохой»). *Он никто*, *просто на звонки отвечает* («занимает невысокое служебное положение»). *Она ему никто* («не близкий человек»). *Фильм, по-моему, ничего*, *только длинный очень* («неплохой»). Данные местоимения экспрессивны, они могут:

1) иметь эмоционально-экспрессивный характер, выражать эмоциональную оценку: *Он никто* (выражение презрения, отрицательная оценка);

2) иметь собственно экспрессивный, «усилительный» характер: *Она ему никто* (= Она не имеет к нему абсолютно никакого отношения);

3) иметь экспрессию непринуждённости, сопутствующую разговорной окраске: *Фильм ничего* (= Фильм неплохой).

19. Прочитайте предложения, определите значение выделенных местоимений. Обратите внимание, что одно и то же слово в разных контекстах может передавать разную эмоциональную оценку.

1) Он руководитель *никакой*. 2) К вечеру он *никакой*. 3) И что она так переживает – он ей *никто*. 4) «А кто он?» – «Да *никто* – так, мальчик на побегушках». 5) Сейчас встретила Иру. Это *ничто*! В спортивном костюме и на каблуках! 6) Ты была на его выставке? Это *ничто*! Сходи обязательно. 7) Ты была на его выставке? Это *ничто*! Ребёнок лучше нарисует! 8) А Марина *ничего*, симпатичная. 9) «Ну, как брат?» – «Да *ничего*, встаёт уже, врачи говорят – скоро поправится». 10) «Ну что?» – «Да *ничего*! Не готовы документы. Завтра сказали приходить».

20. Выразите смысл данных предложений, используя местоимения *что-то, никакой, ничего, никто*.

1) Он по вечерам всегда очень устает. 2) Он плохой специалист. 3) Фильм мне не понравился. Это что-то ужасное! 4) Я посмотрела этот фильм. Это что-то необыкновенное! 5) Ты видела Настю? Она сегодня как-то странно одета: блузка красная, юбка зелёная. 6) Спектакль неплохой. 7) По-моему, Маша довольно симпатичная. 8) Он не близкий мне человек. 9) Он не занимает высокой должности.

21. Творческое задание. Прочитайте диалог. Выглядит ли такой диалог естественным? Переведите диалог в разговорный регистр, используя характерные для него средства.

Андрей: Здравствуй, Маша.

Маша: Здравствуй, Андрей. Откуда ты идёшь?

Андрей: Я иду с работы. Видишь, какой у меня уставший вид.

Маша: Ты же говорил, что у тебя неплохая работа.

Андрей: Работа хорошая, но у нас теперь новый начальник. Он очень тяжёлый человек. Он то улыбается, то кричит. И он всё время даёт какие-то поручения.

Маша: Я тебе сочувствую. А я тоже иду с работы.

Андрей: Ты идёшь из школы?

Маша: Нет, сегодня мы вместо занятий возили наших ребят в Третьяковскую галерею.

Андрей: А. Смотри, вон идёт наш новый сосед.

Маша: Где?

Андрей: Вон, мужчина в чёрном пальто садится в машину.

Маша: Я его в первый раз вижу. Из какой он квартиры?

Андрей: Он из двадцатой квартиры, которая на пятом этаже. У него ещё есть жена, яркая блондинка, и маленькая дочка. Она, наверное, придёт учиться в твою школу.

Маша: Вот когда она придёт в школу, тогда мы и познакомимся поближе. Ну, ладно, Андрей, мне пора. До свидания.

Андрей: До свидания.

РАЗГОВОРНЫЙ СТИЛЬ В ПРАГМАТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Описание разговорного стиля будет неполным, если оставить без внимания **прагматический** аспект. **Прагматическая лингвистика** (прагмалингвистика) – наука, которая занимается вопросами, связанными с речевым поведением участников коммуникации (субъекта речи и адресата). Одной из проблем прагмалингвистики является проблема достижения успешного общения. Общение считается **успешным**, если мы добиваемся от собеседника нужной реакции, если в процессе общения не возникает коммуникативных неудач. **Коммуникативными неудачами** являются непонимание высказывания адресатом (полное или частичное), а также возникновение у адресата отрицательных эмоций, не предусмотренных субъектом речи.²⁸ Коммуникативные неудачи особенно характерны для устной спонтанной речи, которая динамична, требует моментальной реакции («не даёт возможности подумать»). Разговорная речь «содержит больше шероховатостей, неточностей, недоразумений, нежели письменный обработанный текст».²⁹ Поэтому целесообразно затронуть вопрос о том, какие условия необходимы, чтобы общение в разговорном регистре было успешным.

Мы сказали, что общение является успешным (не приводит к коммуникативным неудачам), если собеседники хорошо понимают друг друга и если у них не возникает нежелательных отрицательных эмоций (обида, раздражения и т.п.). Рассмотрим более подробно первое условие успешного общения – правильное понимание высказывания. Что значит «правильно понять высказывание», что именно должен понять слушающий? Прежде всего, конечно, смысл высказывания. При этом важно понимать не только то, что говорящий выражает словами (**эксплицитные смыслы**), но и то, что он подразумевает, хочет сказать (**имплицитные смыслы**). **Имплицитные смыслы** высказывания не выражаются с помощью слов, слушающий угадывает их. Покажем это на примере.

²⁸ Маслова А.Ю. Введение в прагмалингвистику. М., 2010. С. 113.

²⁹ Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М., 2002. С.169.

Представим себе такую ситуацию. Утро. Мать собирает сына в школу. Сын не торопится. Мать начинает волноваться, что сын опоздает. Происходит следующий диалог.

Мать: Восемь часов уже.

Сын: У нас первый труд.

Мать: А труд что, не урок?

Сын: На первом этаже.

Как мы видим, реплики диалога достаточно лаконичны и, кажется, совершенно не связаны друг с другом. Мать и сын в каждой своей реплике фактически реагируют не на эксплицитный смысл, а на имплицитный смысл, содержащийся в высказывании собеседника. Вот каким образом можно интерпретировать этот диалог:

Реплики диалога	Эксплицитные смыслы	Имплицитные смыслы
Мать: Восемь часов уже.	Сейчас восемь часов утра.	Ты опоздаешь (уже пора выходить из дома, а ты ещё не собрался).
Сын: У нас первый труд.	У нас первый урок сегодня – труд.	Я не опоздаю (я быстро дойду до кабинета труда, можно выйти попозже).

Сын рассчитывает, что мать помнит (знает), что кабинет труда находится на первом этаже, и поймёт имплицитный смысл его высказывания. Однако мать не помнит (не знает), где находится кабинет труда, и по-своему (неверно) интерпретирует высказывание сына: «Труд – это не очень важный предмет, на него можно и опоздать». В соответствии с этой интерпретацией она реагирует на высказывание сына (диалог продолжается).

Реплики диалога	Эксплицитные смыслы	Имплицитные смыслы
Мать: А труд что, не урок?	Труд – тоже урок, такой же, как и другие.	На труд нельзя опаздывать так же, как и на другие уроки.
Сын: На первом этаже.	Кабинет труда находится на первом этаже.	Я не опоздаю (кабинет труда близко, до него можно быстро дойти).

Чтобы быть правильно понятым, сын вынужден объяснить, что кабинет труда находится на первом этаже, то есть до него можно быстро дойти, не нужно подниматься по лестнице.

Из рассмотренного диалога видно, что для взаимопонимания (для успешной коммуникации) необходимо наличие у собеседников общих знаний (их называют **фоновыми** знаниями). Наличие общих знаний особенно важно в непринуждённом общении, поскольку разговорный диалог лаконичен, говорящий рассчитывает, что собеседник поймёт его «с полуслова», не стремится объяснять всё обстоятельно, экономит свои речевые усилия.

Для того чтобы общение было успешным, важно понять не только **смысл** высказывания (что говорят или подразумевают: эксплицитные и имплицитные смыслы), но и **цель** высказывания (зачем говорят, чего хотят добиться своим высказыванием). Например, человек, глядя на открытое окно, говорит: «По-моему, дует». В данном случае целью говорящего является не сообщение о том, что через окно в комнату поступает холодный воздух, а просьба закрыть окно, если другие люди, находящиеся в комнате, не возражают. Если человек, сидящий ближе к окну, правильно понял цель высказывания, он скажет: «Я сейчас закрою», встанет и закроет окно. Если человек не понял цели высказывания, он согласится: «Да, действительно, дует» и будет продолжать спокойно сидеть на месте. Таким образом, очень важно правильно понять **цель**, или **коммуникативное намерение, интенцию**, говорящего:

без этого невозможна правильная реакция слушающего и успешная коммуникация в целом.

Понять цель высказывания в ряде случаев бывает сложно. Например, побуждение к действию часто выражается формой императива: «Помоги мне, пожалуйста». Однако просьбу о помощи можно выразить и по-другому, в форме вопроса: «Ты мне не поможешь?» Такая просьба является более вежливой: говорящий не побуждает открыто адресата к совершению действия (оказать помощь), а как бы предоставляет ему возможность решить, может ли он помочь, и в большей степени допускает возможность отказа. Значит, просьбу можно выразить по-разному: в прямой форме (с помощью императива) и в косвенной форме (в форме вопроса). Это относится не только к просьбе, но и к другим видам высказываний. «Прямые» высказывания (или **прямые речевые акты**), распознаются легко, а вот распознавание не прямых, «косвенных» высказываний (или **косвенных речевых актов**, по терминологии американского философа Дж. Р. Сёрля)³⁰ может вызвать затруднения.

Итак, для того чтобы правильно интерпретировать высказывание собеседника, необходимо иметь общие с ним фоновые знания, правильно понимать эксплицитные и имплицитные смыслы высказывания, понимать коммуникативное намерение собеседника.

22. Определите коммуникативное намерение (интенцию) говорящего в следующих высказываниях. В каких случаях коммуникативное намерение выражено в прямой, а в каких – в косвенной форме?

1) Скажите, пожалуйста, который час? 2) Вы не знаете, который час? 3) А ты знаешь, который час? (*Тебе в школу завтра, а ты перед телевизором сидишь!*) 4) Вы не скажете, как проехать к Большому театру? 5) Скажите, пожалуйста, как проехать к Большому театру? 6) Приходите завтра в гости. 7) Будем

³⁰ Сёрль Дж. Р. Косвенные речевые акты// Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. М., 1986.

рады видеть вас у себя завтра в шесть часов. 8) Старайтесь больше гулять, отдыхать. 9) Может быть, тебе съездить на море, отдохнуть? 10) Уже три часа! (*У тебя же в половине шестого поезд!*) 11) Собирайся быстрее, опоздаешь на поезд.

23. Определите коммуникативное намерение говорящего в выделенных высказываниях. Сформулируйте реплику-ответ или продолжите высказывание.

1. – *Ты газету по дороге не купишь?*

– ...

2. – *Может быть, в кино сходим?*

– ...

3. – Кажется, на улице дождь.

– *Разве это дождь?* ...

4. – По-моему, Аня не поедет с нами.

– *Кто тебе это сказал?* ...

5) *Сын играет в компьютерную игру. Мать:*

– *Ты что, весь день за компьютером решил провести?*

– ...

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОШИБКИ, СВЯЗАННЫЕ С УПОТРЕБЛЕНИЕМ РАЗГОВОРНЫХ СРЕДСТВ

Как уже говорилось, разговорная речь является органичной в неофициальной обстановке, при непринуждённых отношениях между участниками коммуникации. Если же общение протекает в официальной обстановке, отношения между собеседниками являются официальными, употребление разговорных средств должно быть «взято под контроль». Так, в разговоре с преподавателем вполне допустимы неполные предложения, но невозможны разговорные этикетные слова (*привет, пока*): использование этих слов в данной ситуации является стилистической ошибкой.

С другой стороны, стилистической ошибкой может быть «неиспользование» разговорных средств. Если кто-то в дружеской обстановке начинает говорить официальным языком, с использованием маркированных книжных средств, это воспринимается окружающими или как желание увеличить дистанцию общения, или как отсутствие культуры речи, неумение использовать языковые средства, соответствующие той обстановке, в которой протекает общение. Представьте себе, что студент на вопрос друзей о том, как он провёл лето, отвечает: *«Я посетил ряд европейских стран»*. Такой ответ нарушает **стилистическую норму** (норму использования языковых единиц в соответствии с условиями коммуникации), является неуместным и звучит просто комично. Не случайно, в разговорном стиле книжные средства нередко используются с целью создания комического эффекта: *Красота! Зелень, сосны! О, смотри, какой представитель местной фауны!* (муж – жене, показывая на большого кота: семья только что приехала в дом отдыха и осматривается на новом месте).

24. Прочитайте контексты. Найдите в них стилистические ошибки, объясните, в чём состоит неправильность употребления языковых средств. Предложите правильный вариант.

1) *Студентка звонит преподавателю:* Здравствуйте, Ирина Петровна, это Ван Ин. Как у Вас дела?

2) *Семья ужинает. Мать:* Картофель опять повысился в цене.

3) *Из учебника по математике:* В магазин завезли 500 кг картошки.

4) *Ответ студента на вопрос экзаменатора, как он изучает русский язык:* Я смотрю русские фильмы, мультики.

5) *Один из приятелей рассказывает другому о районе, куда он недавно переехал:* Рядом с домом есть зелёные насаждения, так что воздух хороший.

6) *В парикмахерскую заходит посетитель. Парикмахер:* Вы чего хотели?

7) *Из разговора двух подруг:* С тех пор как у неё изменилось семейное положение, мы с ней редко общаемся.

РАЗГОВОРНЫЙ СТИЛЬ И НЕЛИТЕРАТУРНЫЕ ЯЗЫКОВЫЕ ЯВЛЕНИЯ

Рассмотрев особенности русской разговорной речи, мы видим, что она существенно отличается от речи книжной. Тем не менее разговорная речь является литературной, так говорят образованные люди, носители литературного языка в ситуациях неофициального общения, в непринуждённой обстановке. Разговорный стиль литературного языка следует отличать от таких нелитературных явлений, как просторечие, жаргон, диалект.

Просторечие – это неcodифицированная нелитературная устная народно-разговорная речь, понятная всем носителям языка. Просторечие отличается от литературного языка производительными особенностями [мауáz'ин], лексикой (*обратно* – «опять»), морфологическими средствами (*хочут* – «хотят»), синтаксическими конструкциями: (*Оно тебе надо?* – «Тебе это нужно?»).

Различают две разновидности просторечия: **социальное просторечие** и **функционально-стилистическое просторечие**.

Социальное просторечие – это языковые средства, характерные для речи малообразованных людей. Эти люди говорят с ошибками (например, *про́цент* вместо *процэ́нт*).

Функционально-стилистическое просторечие – это нелитературные языковые средства, носящие экспрессивный характер (грубоватые, вульгарные, бранные): *сдохнуть* – «умереть (применительно к человеку)».

Некоторые функционально-стилистические просторечные средства, имеющие оттенок фамильярности, грубоватости, но не являющиеся вульгарными, бранными, могут использоваться в разговорной речи для сниженной характеристики лиц, предметов, действий: *треснуться* («ушибиться, сильно удариться обо что-нибудь»), *ляпнуть* («сказать что-нибудь неподходящее, неожиданное»). Такое просторечие находится на границе между литературным языком (его разговорной разновидно-

стью) и народно-разговорным языком и называется **литературным просторечием**. Литературное просторечие используется не только в разговорной речи, но и в художественной литературе (см. раздел «Художественная литература»).

Диалект (территориальный диалект) – разновидность национального языка, распространённая на определённой территории. Диалекты отличаются от литературного языка и друг от друга фонетическими особенностями (*доцка* – *дочка*), лексическим составом (*дюже* – *очень*), словообразовательными средствами (*телок* – *телёнок*), морфологическими средствами (*на лошаде* – *на лошади*), синтаксическими конструкциями (*У меня наготовлено еды* – *Я наготовила еды*).

Диалектные слова используются в художественной литературе (см. раздел «Художественная литература»). Диалектные слова, используемые в художественной литературе, называются **диалектизмами**. С экспрессивными целями диалектные средства могут использоваться и в разговорной речи.

Жаргон – речь определённой социальной группы. В такую группу могут входить люди определённого **рода занятий** (жаргон программистов, воровской жаргон), люди определённого **возраста** (молодёжный жаргон), люди, имеющие определённые **интересы** (жаргон автолюбителей, жаргон активных пользователей Интернета – так называемый «олбанский» язык). Жаргон, в отличие от просторечия и диалекта, представлен только лексикой и фразеологией (фонетических, морфологических, синтаксических жаргонизмов не существует). Приведём примеры жаргонизмов: *тачка* («машина», жаргон автолюбителей), *бабки* («деньги», воровской жаргон), *хвост* («несданный экзамен, зачёт», студенческий жаргон), *прикол* (о чём-либо забавном, смешном, молодёжный жаргон), *йазва* («что-то плохое», жаргон активных пользователей Интернета). Используя жаргонизмы, человек тем самым заявляет о своей принадлежности к определённому «сообществу», определён-ной социальной группе. Многие жаргонизмы, становясь обще-

известными, переходят в разряд просторечной лексики и могут квалифицироваться как жаргонное просторечие.³¹

Использование жаргонных слов вовсе не говорит о необразованности человека. Например, «олбанский» язык (или, как его ещё называют, «язык падонков») придумали вполне образованные люди в качестве протеста против появления в Интернете огромного количества действительно безграмотных текстов. «Олбанский» язык доводит эту безграмотность до абсурда («падонки» пишут *превед* вместо *привет*). Однако, как отмечают лингвисты, чтобы так последовательно искажать написание слова, как это делают «падонки», нужно хорошо владеть орфографической нормой русского языка.

Таким образом, жаргонизмы не являются показателем уровня образования, и жаргонные выражения, изредка используемые с экспрессивными целями, допустимы в речи культурного человека. Однако речь, засорённая большим количеством жаргонизмов, вызывает неприятное впечатление у окружающих, во-первых, потому что это речь нелитературная, не соответствующая представлениям носителей языка о норме, об эстетике, во-вторых, люди, как правило, негативно относятся к стремлению кого-либо выделиться в отдельную группу, обособиться, противопоставить себя остальным.

Литературный язык (включающий книжные стили и разговорный стиль), а также просторечие, жаргоны и диалекты составляют **национальный язык**.

³¹ Химик В.В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. СПб., 2004. С.11.

ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ СТИЛЬ

Официально-деловой стиль обслуживает правовую сферу общения. Задача права – регулировать отношения в обществе, государстве (устанавливать нормы взаимоотношений между субъектами, определять обязанности, права, статус субъектов). Основной функцией официально-деловой речи является функция предписания – установления правил, норм взаимодействия субъектов. Для участников коммуникации характерны официальные отношения. Это общение не между конкретными людьми, личностями с их характерами, настроением, а общение между работодателем и работником, заказчиком и исполнителем и т.п., то есть коммуникация носит социально-ролевой характер. В официально-деловом стиле преобладает письменная форма речи, типичным видом речи является монолог.

Официально-деловой стиль подразделяется на четыре подстиля: 1) **дипломатический**, обслуживающий сферу международных отношений (жанры: международный договор, ультиматум, совместное заявление и др.); 2) **законодательный**, связанный с регулированием правовых отношений внутри государства, с созданием нормативных актов (жанры: закон, указ, постановление, парламентская речь и др.); 3) **юрисдикционный** (юридический), используемый в практике правоохранительных органов (жанры: постановление об аресте, приговор, исковое заявление, допрос и др.); 4) **административный**, используемый в сфере управления (жанры: заявление, справка, финансовый отчет, контракт, коммерческие переговоры и др.). В административном подстиле выделяются собственно административная и административно-коммерческая разновидности.³² Далее мы будем говорить подробнее об административном подстиле, поскольку именно с ним мы чаще всего встречаемся, составляя и получая различные деловые бумаги (заявления, справки, деловые письма и т.д.).

³² Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. М., 2006. С. 275.

ТЕКСТОВЫЕ НОРМЫ ДОКУМЕНТА

Для документа важна форма: она должна быть стандартной. Некоторые документы представляют собой бланки, в которые вписывается недостающая информация. Это документы с наиболее жёстко заданной формой. Вот пример заполненного бланка заказа.

ООО «Оргтехника»	03.04.2015
Кас. <u>Ваше предложение от 01.04.2015</u>	
Подтверждаем получение Вашего предложения от <u>01.04.2015</u>	
на поставку <u>телефонов «Диалог»</u>	
	<u>/наименование товара/</u>
и готовы разместить у Вас заказ на следующих условиях:	
Количество <u>500 шт.</u>	
Качество <u>согласно спецификации</u>	
Срок поставки <u>в течение месяца</u>	
Условия поставки <u>с завода</u>	
Цена <u>900 руб. за шт.</u>	
Условия платежа <u>30% при выдаче заказа</u>	
	<u>65% при получении извещения о готовности</u>
	<u>к отгрузке</u>
	<u>5% после получения счёта</u>
Упаковка <u>картонные коробки</u>	
С уважением	

Комментарии:

Кас. – касательно (синоним предлога о)

ООО – общество с ограниченной ответственностью

Другие документы имеют менее жёсткую форму. Тот же заказ может быть оформлен не в виде бланка, а в виде письма. В этом случае автор не вписывает информацию, а сам составляет текст, ориентируясь на образец.

Кас. Ваше предложение от 01.04.2015

Уважаемые господа!

Благодарим Вас за Ваше предложение и готовы разместить у Вас заказ на 500 телефонов «Диалог» по цене 900 руб. за шт.

Мы рассчитываем на поставку в течение месяца.

Условия поставки: с завода.

Условия платежа: 30% при выдаче заказа

65% при получении извещения о готовности к отгрузке

5% после получения счёта

С уважением

Более свободную форму, чем бланк, имеет также заявление, однако и оно составляется по образцу.

Декану филологического факультета
Московского государственного
педагогического университета
профессору Сергееву А. П.
(от) доцента кафедры русского языка³³
Петровой Нины Ивановны

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу предоставить мне творческий отпуск с 01.09.2015 по 31.12.2015 для завершения работы над диссертацией на соискание учёной степени доктора филологических наук по теме «Устная научная речь».

15.05.2015

Петрова

³³ Возможны варианты: доцента кафедры и от доцента кафедры.

Есть документы, которые имеют ещё более свободную форму. При их составлении достаточно правильно (стандартно) оформить начало – указать адресата (того, к кому обращаются), адресанта (того, кто составляет документ), название документа. Далее текст составляется в произвольной (свободной) форме. К числу таких документов относится, например, объяснительная записка.

В иностранный отдел
филологического факультета
МГУ имени М.В. Ломоносова
(от) студента 2 курса
русского отделения
Пьера Дюпона

ОБЪЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Я не приступил своевременно к занятиям во втором семестре, так как во время каникул, находясь дома, во Франции, заболел, в связи с чем выехал из Франции на две недели позже. Обещаю хорошо заниматься и догнать группу по всем предметам.

25. 02. 2015

Пьер Дюпон

 Каждый документ содержит определённые обязательные содержательные элементы: например, в заявлении это наименование адресата (кому пишут), наименование адресанта (кто пишет), наименование документа, текст (формулировка просьбы с аргументацией), дата, подпись. Обязательные содержательные элементы документа называются **реквизитами**. Набор реквизитов, их последовательность и расположение на листе составляют **текстовые нормы документа**.

1. Назовите реквизиты в прочитанных вами документах (письмо-заказ, объяснительная записка).

2. Творческое задание. Напишите объяснительную записку от имени сотрудника, опоздавшего на работу на 50 минут.

ЛЕКСИКА. НОМИНАТИВНЫЙ СТРОЙ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ

Выделяются два типа лексических единиц, составляющих специфику официально-делового стиля.

1) **Официально-деловая терминология**, которая включает:

а) «широко известную и употребительную лексику, необходимую для разговора или письма на соответствующие темы»: ³⁴ *закон, уволить, контракт;*

б) узкоспециальную терминологию: *ответчик, рекламация, аккредитив.*

2) **Слова-канцеляризмы** – слова, часто используемые в деловой сфере общения: *настоящий* (=этот), *заслушать, поставить* (=продать), *немедленно, на основании, ввиду того что*; некоторые из слов-канцеляризов являются архаичными, они не используются активно в современном языке (в других его стилях): *таковой, каковой, нижеподписавшийся.*

Говоря о канцеляризмах, заметим, что это понятие включает не только отдельные слова, но и сочетания слов, а также целые стандартные фразы, часто употребляемые в деловых текстах и имеющие в связи с этим окраску официальности, «сухости», безэмоциональности: ³⁵ *материальные ценности; производить осмотр; Цены твёрдые и не подлежат изменению.*

Для официально-делового стиля характерен **номинативный строй**, то есть преобладание имени над глаголом. Эта особенность находит выражение в использовании ряда языковых средств, к числу которых относятся:

1) **глагольно-именные сочетания**, состоящие из глагола и имени существительного: *произвести оплату;*

2) **составные именные сказуемые**: *Продавец обязан передать покупателю всю необходимую документацию;*

3) **предложно-падежные группы с обстоятельственным значением**: *При наличии существенных недостатков Заказчик вправе расторгнуть договор;*

4) **«цепочки родительных падежей»** – конструкции, состоящие из ряда связанных между собой существительных, каждое из которых стоит в форме родительного падежа: *В случае несвоевременного начала выполнения работ Заказчик вправе расторгнуть договор;*

5) **отымённые предлоги**: *в связи, ввиду, в целях.*

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ

Стилевыми чертами официально-делового стиля являются императивность, стандартизованность, точность, информационная ёмкость, объективность (обезличенность, безэмоциональность).

ИМПЕРАТИВНОСТЬ

Документ имеет предписывающий характер, он определяет, какие действия являются обязательными, какие – правомерными, а какие действия запрещаются. Например, в контракте оговариваются обязанности и права сторон-участников сделки, в приказах руководителя организации предписывается, что должны делать подчинённые. Таким образом, документ содержит «прямое волеизъявление относительно выполнения называемого действия».³⁶ Эта особенность делового текста получила название **императивности**. Императив-

³⁴ Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012. С. 227.

³⁵ Константинова Л.А., Щенникова Е.П., Юрманова С.А. Деловая риторика. М., 2013. С. 144.

³⁶ Храковский В.С., Володин А.П. Семантика и типология императива. Л., 1986. Цит. по: Дускаева Л.Р., Протопопова О.В. Стилистика официально-деловой речи. М., 2012. С. 67.

ность является ведущей стилевой чертой деловой речи. Для выражения значения императивности используются различные средства:

1) краткие прилагательные модального характера (*обязан, должен*): *Продавец должен поставить товар в течение двух недель с момента заключения контракта*;

2) глаголы, имеющие модальное значение (*обязуется, подлежит, следует, надлежит* и др.): *Читательский билет подлежит ежегодной перерегистрации*;

3) глагол в форме императива: *Вышлите нам, пожалуйста, Ваши каталоги и прейскуранты*;

4) глагол в форме инфинитива: *Студентам приступить к экзаменационной сессии 1 июня*;

5) глагол в форме настоящего времени (настоящее предписание): *Покупатель оплачивает товар в евро*;

6) глагол в форме будущего времени: *Товар будет поставляться партиями в течение двух месяцев с момента подписания контракта*.

Степень категоричности побуждения к действию может быть различной. Наиболее категорична форма инфинитива: инфинитив часто используется в документах, обращённых к массовому адресату, к лицу, «находящемуся на более низкой ступени в служебной иерархии, не имеющему права выбора действий»:³⁷ *Всем сотрудникам к 30 марта представить отчёт о проделанной работе*. Наименее категорична косвенная форма выражения императивности, которая, например, может иметь вид вопроса: *Не могли бы Вы выслать нам рекламные материалы?* (Ср. побуждение в прямой форме: *Вышлите, пожалуйста, нам рекламные материалы*). Побуждение к действию, выраженное в косвенной форме, часто используется в деловых письмах: здесь партнёры имеют равный статус, никто не может приказывать или требовать, возможна только просьба, причём просьба в максимально мягкой, корректной форме. Например, просьба прислать ответ как можно скорее может

быть сформулирована как предполагаемая в будущем благодарность за быстрый ответ: *Будем признательны Вам за быстрый ответ*. (Ср.: *Дайте нам ответ как можно скорее*).

3. Прочитайте предложения. Определите, с помощью каких средств выражается значение побуждения к действию.

1) Испытание оборудования должно производиться на заводах Продавца за счёт Продавца. 2) Запасные части подлежат поставке вместе с оборудованием. 3) Запись №12 считать недействительной, сделана ошибочно (*запись в трудовой книжке*). 4) Все банковские расходы на территории РФ несёт Покупатель, а вне территории РФ – Продавец. 5) Платёж за поставленный по настоящему контракту товар будет производиться в долларах США.

4. Выразите смысл данных ниже предложений, используя конструкцию *что подлежит / не подлежит* чему.

1) Счёт должен быть оплачен до 10.05.2015 г. 2) Дефектное оборудование должно быть заменено. 3) Эти документы должны быть зарегистрированы. 4) Этот вопрос не должен обсуждаться. 5) Цены твёрдые, они не могут быть изменены. 6) Этот товар нельзя вернуть и обменять.

СТАНДАРТИЗОВАННОСТЬ

Для того чтобы документ было легче составить и легче воспринять при чтении, в деловом языке используются стандартные выражения. В этом проявляется стандартизованность языка деловых текстов (стандартизованность присуща не только языку, но и оформлению документа – об этом мы говорили выше, характеризуя текстовые нормы документа). Стандартизованность делового языка достигается благодаря использованию клише. Кличе – стандартные, устойчивые сочетания слов и целые стандартные формулы-фразы.³⁸ Кличе

³⁷ Дускаева Л.Р., Протопопова О.В. Стилистика официально-деловой речи. М., 2012. С. 67.

³⁸ Основы русской деловой речи. СПб., 2012. С. 30-31.

не создаются в речи, а используются в готовом виде. Так, например, в контрактах и деловых письмах часто используются следующие клише:

если речь идёт о деньгах: *счёт на сумму..., выплатить сумму в размере..., перевести сумму на счёт, предоставить скидку, снизить цену; Цены твёрдые и не подлежат изменению;*

если речь идёт о времени: *в настоящий момент, на данный момент, с момента подписания контракта, на момент заключения контракта, в указанные сроки, сроки поставки; Данный контракт вступает в силу с момента его подписания;*

если речь идёт о чьих-либо правах: *давать право, иметь право, быть вправе, лишать права, утрачивать право; Покупатель имеет право аннулировать контракт или часть его.*

Широко распространены в деловом тексте устойчивые **глагольно-именные сочетания:** *оказывать помощь* (ср.: *помогать*), *принимать участие* (ср.: *участвовать*). В состав таких словосочетаний входит глагол (*принимать*) и существительное (*участие*). В предложениях с глагольно-именными сочетаниями происходит расщепление сказуемого на два компонента: грамматический и смысловой. Глагол выражает грамматические значения (вид, наклонение, время и др.), а существительное выражает смысл. Б.С. Шварцкопф отмечает, что в глагольно-именных сочетаниях существительное выступает «как «ярлык», подводя данный случай, событие под ряд других – однотипных и потому значимых в сфере деловых отношений».³⁹ Приспособленность существительного служить таким «ярлыком» (существительное – универсальное средство номинации, способное называть не только конкретные предметы, но и отвлечённые признаки и действия) обуславливает номинативный строй деловой речи, предпочтительность в

официально-деловых текстах существительных по сравнению с глаголами (в документе напишут не *украсть*, а *совершить кражу*).

5. Ниже даны фрагменты деловых писем. Отредактируйте формулировки в соответствии с нормами официально-делового стиля. Для этого подберите к выделенным словам синонимичные глагольно-именные сочетания (в случае затруднений используйте материал для справок).

1) Мы *ответим* вам по факсу в течение дня. 2) Нашей продукцией *заинтересовалась* сеть магазинов «Женская одежда». 3) Специалисты высоко *оценили* это оборудование. 4) В настоящее время у нас на предприятии *развивается* новое направление – производство с использованием высоких технологий. 5) Этот новый метод широко *применяется* не только в нашей стране, но и за рубежом. 6) На нашу ценовую политику сильно *повлияла* общая ситуация, сложившаяся на сегодняшний день на мировом рынке.

Для справок: проявлять/проявить интерес (к кому, чему), давать/дать ответ (кому), давать/дать оценку (чему), оказывать/оказать влияние (на что), получать/получить развитие (где), находить/найти применение (в чём).

6. Найдите клише в каждом из прочитанных вами документов (письмо-заказ, заявление, объяснительная записка).

ТОЧНОСТЬ

Формулировки документа должны быть точными и однозначными, не допускающими инотолкований (т.е. такими, чтобы их можно было понять только так, и никак по-другому). Каким образом это достигается?

1) Точности способствует **обстоятельность изложения** – в деловом тексте указываются все существенные факты.

2) Однозначность формулировок обеспечивается точным словоупотреблением: в документе слова **употребляются в прямом значении, используются термины.**

³⁹ Шварцкопф Б.С. Культура деловой речи // Культура русской речи / Отв. ред. Л.К. Граудина, Е.Н. Ширяев. М., 2006. С. 226.

3) В тексте используются различные уточнения: *Стоимость контракта составляет 10 000 (десять тысяч) евро.*

4) Для делового текста характерны **повторы** слов.

5) В тексте документа используются **предложения с союзной связью**.

6) Для деловой речи характерен **прямой порядок слов**.

Рассмотрим три последних средства более подробно.

Повторы

7. Прочитайте предложения. Скажите, почему данные формулировки являются неоднозначными? Предложите свои варианты формулировок.

1) Название параграфов контракта:

§1. Предмет контракта. §2. Цены и общая сумма договора.

2) В случае если Продавец не выполнит свои обязательства перед Покупателем, он имеет право расторгнуть договор.

 Формулировки, приведённые в задании 7, являются неоднозначными. В первом примере один и тот же документ называется по-разному – то *контракт*, то *договор*, т.е. используются синонимы. В результате можно подумать, что речь идёт о разных документах (о контракте и о договоре). Во втором примере непонятно, к кому относится местоимение *он* – к покупателю или продавцу. Для того чтобы формулировка была точной, однозначной, в деловой речи **наименование обычно повторяется, а не заменяется синонимом или местоимением**.

Предложения с союзной связью

8. Прочитайте два варианта формулировки. Какой из них является более точным?

а) Возникнут затруднения – обращайтесь в наше представительство в Москве (*адрес*).

б) В случае если у вас возникнут какие-либо затруднения, обращайтесь в наше представительство в Москве (*адрес*).



Характеризуя разговорный стиль, мы отмечали употребительность в нём предложений с бессоюзной связью: такие предложения короче, чем предложения с союзами, они придают диалогу живость, динамичность. Для официально-делового стиля, напротив, характерны **предложения с союзной связью**, поскольку союз точно, однозначно определяет отношения между частями сложного предложения, что способствует точности формулировки в целом. Бессоюзное предложение из задания 8 (*Возникнут какие-либо затруднения – обращайтесь в наше представительство в Москве*) можно понять по-разному: *Когда возникнут затруднения, обращайтесь в наше представительство в Москве* (временные отношения). *Если возникнут затруднения, обращайтесь в наше представительство в Москве* (условные отношения).

Прямой порядок слов

В деловой речи преобладает прямой порядок слов (подлежащее – сказуемое – дополнение): *Продавец поставил товар*. Структура предложения с прямым порядком слов является «прозрачной», очевидной, такое предложение легче воспринимается.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ЁМКОСТЬ

9. Прочитайте микротексты. Могут ли такие формулировки использоваться в документе? Почему?

1) Я недоволен. Примите меры. 2) Мы ссылаемся на Ваше письмо. Это письмо Вы отправили 05.10.2014. Мы предлагаем Вам компьютеры. Один компьютер стоит 30 000 рублей. Мы предлагаем Вам 20 компьютеров.



В первом микротексте из задания 9 не хватает необходимой информации – чем именно недоволен автор, каких мер он ожидает. Выше мы уже говорили, что изложение информации в документе должно быть обстоятельным: должна сообщаться вся необходимая, существенная информация.

При этом информация должна подаваться так, чтобы было удобно её воспринять. Осмыслить, «охватить» информацию легче, если она вся представлена достаточно компактно, чтобы не пришлось «собирать» её из разных предложений, как например, во втором микротексте из задания 9. В документе нередко большой объём информации даётся в рамках двух-трёх предложений. Такая особенность называется информационной ёмкостью. **Информационная ёмкость** – это высокая концентрация информации в тексте, обусловленная тем, что большое количество информации передаётся с помощью относительно небольшого количества языковых средств.⁴⁰

Информационная ёмкость достигается:

1) **вмещением максимума необходимой информации в рамки одного предложения** – сложного (обычно сложноподчинённого) или простого, содержащего однородные члены, цепочки родительных падежей, предложно-падежные группы с обстоятельственным значением, причастные и деепричастные обороты;

2) **использованием компактных языковых конструкций**: например, вместо придаточной части сложного предложения часто используется предложно-падежная группа, выполняющая функцию обстоятельства в простом предложении: *В случае возникновения споров стороны примут все меры к их разрешению путём переговоров.* Ср.: *В случае если между*

⁴⁰ Понятие информационной ёмкости не представлено широко в литературе по функциональной стилистике, хотя, на наш взгляд, оно обладает большой объяснительной силой, например, объясняет предпочтительность причастных и деепричастных оборотов по сравнению с придаточной частью сложного предложения (см. Маркова В.А. Информационная ёмкость как стилевая черта официально-делового стиля // Русский язык: исторические судьбы и современность: V Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, филологический факультет, 18–21 марта 2014 г.): Труды и материалы. М., 2014.) Мы используем понятие информационной ёмкости вслед за И.Н. Левиной – см.: Левина И.Н. Особенности научного стиля // Русский язык и культура речи. М., 2005. С.404–406. Понятие информационной ёмкости (применительно к табличной подаче информации) используется также в работе Л.Р. Дускаевой и О.В. Протопоповой: Дускаева Л.Р., Протопопова О.В. Стилистика официально-деловой речи. М., 2012. С. 84.

сторонами возникнут споры, стороны примут все меры к их разрешению путём переговоров.

10. Прочитайте варианты формулировок. Какие из них являются более компактными, информационно ёмкими? С помощью каких синтаксических конструкций достигается информационная ёмкость?

а) 1) Продавец обязан рассмотреть претензию и ответить Покупателю не позднее чем в течение 30 дней. *Срок 30 дней отсчитывается с момента получения претензии.* –

2) Продавец обязан рассмотреть претензию и ответить Покупателю не позднее чем в течение 30 дней, *считая с момента получения претензии.*

б) 1) Сегодня мы получили мобильные телефоны, *которые были заказаны нами 20.05.2010.* –

2) Сегодня мы получили мобильные телефоны, *заказанные нами 20.05.2010.*

11. Сделайте формулировки информационно ёмкими, преобразовав выделенные придаточные части в предложно-падежные сочтения.

1) *Когда осматривалось оборудование,* был обнаружен ряд недостатков. 2) Мы закупили новое оборудование, *чтобы повысить производительность труда.* 3) *Если возникнет конфликтная ситуация,* стороны вправе обратиться в арбитражный суд. 4) *Благодаря тому, что на предприятии были введены передовые технологии,* рентабельность производства существенно повысилась. 5) *Если покупатель откажется от оплаты товаров,* он несёт ответственность в соответствии с действующим законодательством. 6) *Несмотря на то, что ситуация на валютном рынке существенно изменилась,* объём продаж остаётся на прежнем уровне. 7) *Сложившаяся ситуация может привести к тому, что курс доллара резко упадёт.*

12. Преобразуйте формулировки, сделав их информационно ёмкими. Для этого выполните следующие задания.

а) Преобразуйте придаточные части с союзным словом *который* в причастный оборот. Для этого замените выделенную часть каждого предложения причастием.

1) Товар, *который является* предметом настоящего контракта, поставляется Продавцом в морской упаковке. 2) Покупатель имеет право потребовать возврата денежных сумм, *которые он уплатил* за дефектный товар. 3) Поставка товара осуществляется со склада, *который расположен* по адресу: ... 4) Все расходы, *которые связаны* с возвратом товара, несёт Покупатель. 5) Покупатель обязуется принять все надлежащие меры, *которые обеспечивают* принятие товара, *который был поставлен* Продавцом в соответствии с условиями настоящего договора.

б) Преобразуйте сложные предложения в простые предложения с деепричастными оборотами. Для этого замените выделенную часть каждого предложения деепричастием.

1) Каждая из сторон должна исполнять свои обязательства надлежащим образом, *при этом каждая из сторон должна оказывать* всевозможное содействие другой стороне. 2) Продавец обязан отгрузить товар не позднее чем в течение одного месяца по получении заказа, *при этом продавец должен нести* все связанные с этим расходы. 3) Поставщик обязуется уведомить Заказчика о дате прибытия специалистов в РФ, *при этом Поставщик должен указать* номер рейса как можно раньше, но не позднее, чем за 5 дней до начала отъезда. 4) Продавец обязуется провести руководство монтажом оборудования и запуск его в эксплуатацию, *при этом Продавец должен произвести* за это время обучение персонала Покупателя на месте монтажа в РФ.

13. Сравните две формулировки. Какая формулировка является более компактной, информационно ёмкой? Чем достигается информационная ёмкость?

1) Наймода́тель вправе требовать, *чтобы Наниматель соблюдал правила, в соответствии с которыми нужно пользоваться квартирой*. – 2) Наймода́тель вправе требовать от Нанимателя *соблюдения правил пользования квартирой*.



Вторая формулировка в задании 13 является более лаконичной, в ней придаточным частям сложного предложения соответствуют конструкции с отглагольными существительными в простом предложении: *требовать, чтобы Наниматель соблюдал правила – требовать соблюдения (правил); правила, в соответствии с которыми нужно пользоваться квартирой – правила пользования (квартирой)*. Возникает **цепочка родительных падежей**: *соблюдения правил пользования*. В такой цепочке от слова, стоящего в форме родительного падежа, зависит следующее слово, которое также стоит в родительном падеже.

В состав цепочек родительных падежей обычно входят существительные, образованные от глаголов (*выполнение обязательств*) или прилагательных (*неправомерность указанных действий*), требующие после себя формы родительного падежа.

14. Преобразуйте выделенные фрагменты формулировок, используя конструкцию «цепочка родительных падежей», и вы получите формулировки, представленные в контрактах (контексты 1, 2) и в Законе об образовании (контекст 3).

1) *В случае если отгрузочные реквизиты будут сообщены несвоевременно*, Покупатель обязан уплатить Продавцу штраф в размере 0,1 % за каждый день просрочки. 2) При толковании настоящего Контракта имеет силу Конвенция ООН о договорах, заключённых в ходе международной купли-продажи товаров в 1980 году. 3) Среднее профессиональное образование направлено на то, чтобы были решены задачи

интеллектуального, культурного и профессионального развития человека.

15. Отредактируйте выделенные фрагменты делового письма в соответствии с нормами официально-делового стиля. Для этого выполните следующие задания.

- 1) Исключите синонимическую замену.
- 2) Преобразуйте обратный порядок слов в прямой.
- 3) Введите союз в предложение с бессоюзной связью.
- 4) Преобразуйте придаточные части сложноподчинённых предложений в предложно-падежные группы с обстоятельственным значением.
- 5) Преобразуйте придаточные части, отмеченные знаком *, в цепочки родительных падежей.

Уважаемые господа!

Когда мы заключали с Вами контракт, Вы обязались поставить 800 мобильных телефонов по цене ... рублей за штуку. Ваш счёт мы оплатили, однако товар нам поставлен не был. Несмотря на то, что мы много раз Вам напоминали устно и письменно, Вы не выполнили обязательств по договору.

Настоящим письмом извещаем Вас, что в качестве окончательного срока, **когда должен быть выполнен контракт, мы устанавливаем 1 марта 20... г. Не будет поставлен товар – мы будем вынуждены через суд потребовать, *чтобы Вы возместили наши расходы на закупку мобильных телефонов.*

ОБЪЕКТИВНОСТЬ

а) Обезличенность

Официально-деловой язык – это язык делопроизводства, где в центре внимания находятся дело, действие, а не субъект. Поэтому в деловом тексте частотны конструкции, в которых

наименование субъекта или отсутствует, или не фиксирует на себе внимания: субъект выступает в предложении не в роли подлежащего. К числу таких конструкций относятся определённо-личные предложения (в них нет подлежащего) и пассивные конструкции (бессубъектные и конструкции с субъектом, выраженным творительным падежом).

В ряде документов (например, в договорах) конкретные субъекты называются в начале документа (указываются фамилии, названия фирм и т.п.), а затем «прячутся» за ролями – Покупатель, Продавец, Арендатор и т.д.

16. Прочитайте предложения. Скажите, какими языковыми средствами достигается эффект объективности, обезличенности.

1) Просим выслать нам образцы Вашей продукции (из делового письма). 2) В настоящее время нашей фирмой проводится рекламная акция (из делового письма). 3) В какой форме должен быть оплачен товар? (вопрос, задаваемый покупателем продавцу по телефону). 4) Продавец продал, а Покупатель купил на условиях «с завода» следующий товар (из контракта).

б) Эмоциональная сдержанность

Объективность деловой речи проявляется также в эмоциональной сдержанности. В деловом общении не принято выражать эмоции. Невозможна в деловом письме, например, такая формулировка: *Как хорошо, что Вы согласились заказать у нас товар!* Невозможно и выражение отрицательных эмоций: *Вы до сих пор не поставили нам товар! Это уже переходит всякие границы! Сколько мы можем ждать!*

Конечно, эмоциональная сдержанность деловой речи не означает, что эмоции совсем отсутствуют в деловом общении. Желая установить хороший контакт с партнёром, составитель делового письма может сообщить о своей радости в связи с деловым контактом: *Мы будем рады получить Ваш заказ.* Возможно и указание на отрицательные эмоции, неудовольствие: *Мы неприятно удивлены тем, что товар нам до сих пор*

не поставлен. Однако во всех этих случаях эмоции не выражаются, а констатируются, т.е. составитель письма описывает своё эмоциональное состояние, сообщает о нём.

17. Прочитайте эмоциональные варианты формулировок и нейтрально-корректные варианты, используемые в деловой переписке. Найдите для каждой эмоциональной формулировки соответствующий вариант, который может быть использован в деловом письме.

Эмоциональные варианты

1) Безобразие! Вы до сих пор не оплатили наш счёт!

2) Ваша рекламация – полнейшая глупость, для неё нет ни малейшего повода.

3) Хорошие партнёры не ведут себя так, как ведёте себя вы. Мы не собираемся выполнять свои обязанности по договору при таком отношении к нам.

4) Мы не обязаны бесплатно заменять товар! Каждый разумный человек понял бы это, только вы почему-то не хотите этого понять!

5) Ну, у вас и цены! Ни у кого таких цен нет!

Варианты для писем

А. Мы неприятно удивлены тем, что наш счёт до сих пор не оплачен.

Б. К сожалению, в данной ситуации мы вынуждены аннулировать договор.

В. Ваша рекламация является необоснованной.

Г. Ваши цены представляются нам несколько завышенными. Они превышают цены, сложившиеся на мировом рынке.

Д. Как вы понимаете, бесплатная замена товара в данной ситуации невозможна.

18. Анализ текстов. Прочитайте тексты доверенности и фрагмента контракта. Докажите, что это официально-деловые тексты, документы: охарактеризуйте цель составления каждого документа (в связи с чем составляется документ, какие права или обязанности в нём констатируются), назовите реквизиты, охарактеризуйте языковые особенности.

ДОВЕРЕННОСТЬ

Я, Синицын Василий Петрович, проживающий по адресу: г. Москва, ул. Академика Пилюгина, д. 7, квартира 15, паспорт <...>, доверяю моей дочери, Синицыной Анне Васильевне, проживающей по адресу: г. Москва, ул. Лобачевского, д. 2, квартира 6, паспорт <...>, получать причитающуюся мне пенсию.

Доверенность выдана сроком на три года.

01.09. 2014

Синицын

Комментарий

Паспорт <...> – после слова «паспорт» указываются паспортные данные (серия и номер паспорта, кем и когда выдан паспорт).

КОНТРАКТ № 1029

г. Москва

20 ноября 20... г.

А/О «Машимпорт», г. Москва, РФ, именуемое в дальнейшем «Покупатель», с одной стороны, и фирма «Техник ГМБХ», г. Бремен, ФРГ, именуемая в дальнейшем «Продавец», с другой стороны, заключили настоящий контракт о нижеследующем:

§1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТА

1.1. Продавец продал, а Покупатель купил на условиях FOB Бремен оборудование для машиностроительного завода (в дальнейшем именуемое «Оборудование») и запасные части

(в дальнейшем именуемые «Запчасти»), перечисленные в Приложении №1 к настоящему контракту, составляющем его неотъемлемую часть.

Поставляемое Оборудование должно быть готово к подключению.

1.2. Для обеспечения нормальной и бесперебойной работы Оборудования Продавец обязуется бесплатно передать Покупателю имеющиеся у него опыт и знания по эксплуатации Оборудования, а также разработать и передать Покупателю техническую документацию в соответствии с п.5 настоящего контракта.

1.3. По просьбе Покупателя Продавец обязуется произвести монтаж Оборудования и запуск его в эксплуатацию, произведя за это время обучение персонала Покупателя на месте монтажа в Российской Федерации.

Комментарии

ФОВ – условия поставки, при которых продавец доставляет товар в порт и грузит его на судно.
п.5 – пункт 5

ДИНАМИКА НОРМ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ

Из всех стилей русского языка официально-деловой стиль является самым консервативным, он меняется медленнее, чем все остальные стили. В нём дольше всего сохраняются устаревшие слова и клише (*таковой* – «такой», *сего года* – «этого года»). Тем не менее, в официально-деловом стиле всё же происходят изменения. С чем это связано?

1) Меняется русский литературный язык, и официально-деловой стиль, как одна из его функциональных разновидностей, меняется вместе с ним. Устаревшие слова и формы постепенно заменяются современными. Так, сегодня из делового языка ушли слова *буде*, *дабы* (они заменены словами *если*, *чтобы*). Старый вариант управления *согласно чего* заменён на современный вариант *согласно чему* (*согласно приказу*).

2) Русский язык взаимодействует с другими языками и меняется под их влиянием. Например, если раньше в деловых письмах после обращения всегда ставился восклицательный знак (*Уважаемые господа!*), то сегодня под влиянием норм иноязычной переписки стала возможной также запятая (при этом следующая строчка начинается с маленькой буквы):

*Уважаемые господа,
благодарим Вас за Ваш запрос.*

Нормы современного официально-делового стиля отражены в государственных стандартах (ГОСТах) и в другой справочной литературе.

ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ СТИЛЬ: СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОШИБКИ И НЕУДАЧИ

1) Одной из ошибок при составлении документа является использование разговорных и эмоционально-экспрессивных средств.

2) К числу стилистических неудач следует отнести излишнее количество канцеляризмов в деловом тексте (напомним, что под канцеляризмами понимаются слова, словосочетания, фразы, часто используемые в деловых текстах и имеющих окраску официальности, «сухости»). Нередко вместо канцеляризмов можно использовать нейтральные, стилистически немаркированные средства языка. Высокая концентрация канцеляризмов производит неприятное впечатление: возникает ощущение, что в тексте нет ни одного живого слова. А иногда из-за желания автора текста изъясняться официально и «солидно» текст звучит просто комично, как, например, вот такая объяснительная записка: «Я опоздал на работу в связи с тем, что в ходе подъёма лифта на девятый этаж произошла поломка вышеуказанного лифта».

19. Прочитайте текст заявления. Правильно ли оно составлено с точки зрения текстовых норм? А с точки зрения норм языковых? Исправьте текст заявления, используйте клише «уволить по собственному желанию».

Директору ООО «Спектр»
Петрову М. Г.
от менеджера по продажам
Воронцова Игоря Сергеевича

ЗАЯВЛЕНИЕ

Я хочу уволиться со своего места работы. Я нашёл место, где мне будут больше платить. Да и от дома недалеко. Так что увольняйте меня поскорее.

11.03. 2015

Воронцов

20. Ниже приведены фрагменты из анкет людей, обратившихся в кадровое агентство в поисках работы.⁴¹ В анкетах люди указывали своё предыдущее место работы (должность), характеризовали имеющиеся у них опыт работы и профессиональные навыки. Найдите и исправьте ошибки в этих фрагментах.

1) Ассистент по продажам президента компании. 2) Опыт работы с бумагой – имеется в виду документация. 3) Имею углублённое знание теста. 4) Познание налогового законодательства. 5) Проектирование, внедрение уличных скамеек. 6) Охранник в бильярдном клубе. Должностные обязанности: охранять бильярдные столы, чтобы не украли. 7) Умение находить общий язык с кучей народа.

УСТНАЯ ДЕЛОВАЯ РЕЧЬ

Примером устной деловой речи является деловая беседа – переговоры, имеющие целью выработку общей позиции, достижение договорённости по каким-либо вопросам. Деловая беседа тщательно продумывается заранее (в отличие от разговорного диалога, имеющего неподготовленный характер). Это понятно, ведь переговоры – это ответственное деловое мероприятие, от их результата зависит, как в дальнейшем будут

развиваться отношения между партнёрами. Перед участниками переговоров стоят непростые задачи: отстоять по возможности свою позицию, убедить партнёра в необходимости определённых действий, выразить несогласие (если это необходимо) в такой форме, чтобы деловые контакты не прервались. Таким образом, каждая из сторон должна продемонстрировать высокий уровень культуры общения. При этом высокий уровень культуры общения подразумевает не только соблюдение этикета, хотя это, без сомнения, важно (переговоры проходят в официальной обстановке, и этикет соблюдается очень строго). Однако не менее важно и другое: важна культура отношений между людьми, которая проявляется в том, какой тип поведения выбирается участником коммуникации для достижения конечной цели общения. Различают два основных типа речевого поведения: **некооперативный** и **кооперативный**.

Для **некооперативного** типа речевого поведения характерна **установка на доминирование**. Эта установка проявляется в стремлении подавить собеседника, навязать ему свои условия, заставить его согласиться со своей точкой зрения. Происходит чёткое разделение на **я** и **ты**, причём **я** доминирует над **ты**.

Кооперативный тип речевого поведения направлен на поиск такого решения, которое устроило бы обе стороны. При этом **я** и **ты** не противопоставлены, а сливаются в категорию **мы**: *Мы должны прийти к решению... Нам нужно обсудить... Это в наших общих интересах*. Именно кооперативный тип поведения является предпочтительным на деловых переговорах.

Культура делового общения предполагает не только выбор кооперативного типа поведения, но и так называемый **Вы-подход**. **Вы-подход** – это умение взглянуть на ситуацию с точки зрения собеседника, понять, что ему интересно, каково его эмоциональное состояние. Вы-подход реализуется в речи соответствующими формулировками: *Думаю, Вам будет интересно взглянуть на эти документы* (Ср.: *Я хочу показать Вам эти документы*); *Как Вы, наверное, знаете* (Ср.: *Я хотел бы сообщить Вам следующую информацию*).

⁴¹ Из материалов газеты «Вакансия от А до Я» 2009.02.23

Таким образом, культура делового общения – это не просто использование «вежливых» этикетных фраз, это выражение средствами языка гуманного, интеллигентного отношения к партнёру.

21. Прочитайте диалог.⁴² Определите тип речевого поведения Дэвиса. Оказался ли этот тип поведения эффективным?

Петров: Добрый день, господин Дэвис. С вами говорит Петров, я звонил вам сегодня утром.

Дэвис: Да-да, я узнал вас, господин Петров. Слушаю вас.

Петров: Мы готовимся к завтрашним переговорам, и наши специалисты изучали по спецификациям технические характеристики оборудования, которое мы хотим купить у вашей фирмы.

Дэвис: Та-ак. И что же?

Петров: Цена автоматической линии нам кажется приемлемой, а вот цена комбайна нас немного смущает.

Дэвис: Ну, что касается цены, то сейчас обсуждать её преждевременно: в документах на оборудование указана предварительная цена, а не окончательная.

Петров: И тем не менее цена, на наш взгляд, слишком высокая.

Дэвис: Нужно учитывать, что это самая лучшая, самая последняя наша модель.

Петров: Мы это понимаем. Но я звоню Вам, чтобы сказать, что эта цена для нас неприемлема и что мы будем настаивать на её снижении.

Дэвис: Ну что ж, завтра мы всё это обсудим. <...>

 Одна из главных задач участника деловых переговоров состоит в том, чтобы убедить собеседника в правильности своей точки зрения. Для этого необходимо найти нужные

⁴² Фрагмент диалога из учебного пособия: Шилова К.А. Телефонные разговоры делового человека. М., 1993.

аргументы (доказательства). Подбирая аргументы, следует руководствоваться двумя правилами.

1) Нужно находить те аргументы, которые убедят именно данного человека.

2) Не стоит приводить слишком много аргументов. Несколько сильных аргументов более действенны, чем большое количество «средних» и «слабых».

Располагать аргументы (по силе, степени действенности) можно по-разному. Например, возможно такое расположение аргументов: сильный – средний – самый сильный.

22. Вы продаёте какой-либо продукт питания и объясните разным людям, почему стоит купить ваш продукт. Какие аргументы вы адресуете: 1) молодому человеку; 2) пожилому человеку; 3) работающей женщине; 4) бизнесмену?

23. Продолжите высказывание, расположив данные ниже аргументы в следующем порядке: сильный – средний – самый сильный.

Мы понимаем, что цена на эту модель достаточно высока. Однако необходимо принять во внимание, что 1)... 2)... Кроме того, 3) ...

Аргументы:

А. Все наши клиенты довольны этой моделью.

Б. У наших конкурентов цены на модели аналогичного качества существенно выше.

В. Это модная, ходовая модель.



Существуют различные методы аргументации. Познакомимся с ними.

1. **Фундаментальный метод** – приведение фактов, сведений, составляющих основу доказательства.

Приведём пример. Сотрудники фирмы обсуждают условия контракта, который они намереваются заключить с фирмой-партнёром. Сотрудники А и Б не согласны друг с другом в

том, какие условия платежа являются оптимальными. Каждый из них приводит аргументы в пользу своей точки зрения.

А: Я считаю, что оптимальный способ оплаты – наличными. *Это удобно и быстро.*

Б: А я полагаю, что лучше было бы оплатить товар через банк, например переводом. *Это надёжно и безопасно.*

2. Метод противоречия – выявление противоречий, уязвимых мест в аргументации противника. Например:

А: Я считаю, что оптимальный способ оплаты – наличными. Это удобно.

Б: Я бы не сказал, что это такой уж хороший способ оплаты. *Везти с собой большую сумму наличных денег неудобно и небезопасно.*

3. Метод «да..., но...» – частичное согласие с позицией собеседника. Этот метод позволяет смягчить противоречия между собеседниками. Например:

А: Я считаю, что оптимальный способ оплаты – наличными. Это выгодно: не нужно оплачивать услуги банка.

Б: Действительно, оплата наличными не требует дополнительных расходов на услуги банка. Однако *везти с собой большую сумму наличных денег неудобно и небезопасно.* Думаю, лучше оплатить товар через банк.

24. Прочитайте диалоги. Определите методы аргументации (аргументы выделены курсивом).

Диалог 1

Петров: Господин Мюллер, мы получили по факсу ваше предложение. Нас устраивают условия поставки и платежа, но цена представляется нам несколько завышенной. *Она превышает цены, сложившиеся на мировом рынке.*

Мюллер: Господин Петров, не могу с вами согласиться. *Наша цена находится в полном соответствии с ценами мирового*

рынка. Мы готовы предоставить вам конкурентные материалы, с тем чтобы вы в этом убедились.

Диалог 2

Петров: Господин Мюллер, мы получили по факсу ваше предложение. Нас устраивают условия поставки и платежа, но цена представляется нам несколько завышенной.

Мюллер: Господин Петров, *устанавливая цену на товар, мы учитывали его качество. Наши электрические чайники надёжны, удобны в использовании, они изготовлены из экологически чистых материалов.*

Петров: Господин Мюллер, *высокое качество ваших товаров общеизвестно. Однако другая фирма предложила нам электрические чайники аналогичного качества по цене ... евро за штуку.* Если вы сочтёте возможным предложить нам товар по такой же цене, мы будем рады разместить у вас заказ.



Пожалуй, самой сложной задачей во время переговоров является **выражение отказа или несогласия** с партнёром: необходимо сделать это максимально корректно. При отказе или несогласии рекомендуется не употреблять языковые средства, выражающие отрицание (*нет, не*). Чтобы не вызвать негативной реакции собеседника, отрицательные конструкции предпочтительнее заменять синонимичными утвердительными, «**отрицать утверждая**». Например, отказываясь совершить какое-либо действие, лучше сказать: *В настоящий момент для нас это достаточно затруднительно.* (Ср.: *Мы не можем этого сделать*).

25. Предложите варианты формулировок, не содержащих отрицания. Используйте материал для справок.

- 1) У вас неверная информация.
- 2) Я не намерен сейчас обсуждать этот вопрос.
- 3) В документе указаны неточные данные.
- 4) Ваше предложение нам в данный момент неинтересно.
- 5) Мы не можем предложить вам другую модель.

Для справок: располагать другой информацией, уточнить информацию, обсудить позже, предложить только эту модель.

 Деловая беседа – это беседа ролевая, каждый из её участников выступает в рамках строго отведённой ему роли (представителя своей фирмы и т.д.). Всё личностное, индивидуальное «спрятано» за социально-ролевым, и в целом беседа проходит в обстановке подчёркнутой официальности. Однако бывает, что во время деловой беседы из-за ролевых отношений «показываются» отношения межличностные, происходит так называемая **интимизация общения**: говорится комплимент, задаётся вопрос об общем знакомом или члене семьи одного из участников переговоров, используются некоторые разговорные средства. Всё это делается сознательно, продуманно, с целью придать разговору более доверительный характер, установить не только хороший деловой, но и человеческий контакт. При этом использование средств интимизации (вопрос, относящийся к частной жизни, комплимент, шутка, разговорные средства и др.) не нарушает дистанции общения между партнёрами, а лишь слегка оживляет беседу. Так, например, комплимент, шутка возможны на этапе установления контакта: они снимают напряжённость участников переговоров и настраивают их на конструктивный диалог.

26. Прочитайте диалог.⁴³ Определите характер отношений между участниками разговора. Найдите средства интимизации, объясните их использование.

Дэвис: Алло. Андрей? Добрый день.

Киселёв: Здравствуйте, Роберт. Как ваши дела?

Дэвис: У меня приятная новость, и я спешу поделиться ею с вами!

Киселёв: Рад за вас. Расскажите всё поподробнее,

⁴³ Фрагмент диалога из учебного пособия: Шилова К.А. Телефонные разговоры делового человека. М., 1993.

Дэвис: Сегодня мы получили первое деловое предложение. Московский завод концентраторов хочет купить у нас автоматическую линию и один из комбайнов.

Киселёв: Прекрасно! Хорошо, что я убедил вас тогда выставить эти экспонаты на открытой площадке!

Дэвис: Да-да, я тоже об этом подумал. С вашей лёгкой руки уже в первый день мы получили хорошее предложение.

Киселёв: Всё-таки у меня большой опыт работы на выставках оборудования. И я знаю, что большие экспонаты посетители всегда хотят осмотреть со всех сторон.

Дэвис: Да. Это была прекрасная мысль!

Киселёв: Ну что ж... Надеюсь, это не последнее выгодное предложение.

Дэвис: Вашими устами бы да мёд пить! Так, кажется, у вас говорят?

Киселёв: Роберт, вы просто прекрасно говорите по-русски!

Комментарии

С лёгкой руки (кого) (разг.) – по чьей-либо удачной инициативе, по чьему-либо удачному примеру.

Вашими устами бы да мёд пить (поговорка) – «Было бы хорошо, если бы вы оказались правы». Поговорка используется в ответ на предсказание чего-либо хорошего и имеет оттенок иронического сомнения в том, что предсказание сбудется.

27. Творческое задание.

а) Ниже приведён разговор между директором фирмы (Олег Петровичем) и его заместителем (Александром Николаевичем). Олег Петрович и Александр Николаевич – не только коллеги, но и давние друзья, поэтому их разговор является достаточно непринуждённым. Найдите в диалоге показатели разговорного стиля.

б) Измените диалог так, чтобы он приобрёл официальный характер, для этого уберите из диалога найденные разговорные элементы или замените их словами и выражениями, характерными для официально-делового стиля. Используйте материал для справок.

Олег Петрович: (звонит по телефону) Александр Николаич? Саша, зайди ко мне.

Александр Николаевич заходит в кабинет к Олегу Петровичу. У Олега Петровича на столе лежат каталоги.

Олег Петрович: Заходи, садись. Вот смотри. Рекламные материалы новые. Кожаные сумки, портфели, портмоне... Интересно это нам?

Александр Николаевич: В принципе, да. А цены?

Олег Петрович: Цены разные. Вот этот, например, пятнадцать тысяч (показывает в каталоге портфель).

Александр Николаевич: Пятнадцать? Ну, это уж слишком.

Олег Петрович: Да, многовато. Но обсудить можно. Возможно, скинут за объем. Вообще модель хорошая: ходовая, модная.

Александр Николаевич: А ещё что?

Олег Петрович: Вот. Три с половиной (показывает в каталоге сумку).

Александр Николаевич: Симпатичная.

Олег Петрович: Ну, что, будем брать?

Александр Николаевич: Подумать нужно, посмотреть, что у конкурентов делается.

Олег Петрович: Вот ты этим и займись.

Для справок: предлагать, заинтересовать, завышенный, сделать скидку, большой объём поставки, заказывать, конкурентные материалы.

НАУЧНЫЙ СТИЛЬ

Научный стиль функционирует в научной сфере общения. Этот стиль представлен текстами, содержанием которых является научное знание. Задача научного текста – хранение и передача знания, соответственно одной из основных функций научной речи является информативная функция (функция сообщения). Основной формой речи в сфере науки является письменная форма, преобладающим видом речи является монолог. Круг тем научного текста не ограничен: объектом исследования может быть любое явление материального мира и духовной жизни. Выделяется несколько подстилей научного стиля, представленных, в свою очередь, рядом жанров. Основными подстилями являются следующие.

1) **Научно-теоретический (собственно научный) подстиль.** Этот подстиль составляют так называемые **первичные** тексты – тексты, в которых автор излагает полученное им научное знание. Жанры: диссертация, монография, статья, тезисы, доклад и др. Жанры различаются:

а) объёмом (наименее объёмны тезисы – 1-2 страницы);

б) шириной охвата материала (монография – это фундаментальное произведение, в котором может затрагиваться целый комплекс научных проблем; статьи и тезисы посвящены, как правило, какой-то одной проблеме);

в) степени подробности изложения научной информации (в монографии и статье информация даётся развёрнуто, сопровождается примерами, в тезисах в сжатой форме формулируются лишь главные мысли, развёрнутых рассуждений и примеров нет).

2) **Научно-информационный подстиль.** Этот подстиль представлен **вторичными** научными текстами. Вторичные научные тексты – это тексты, в которых излагается (более или менее подробно – в зависимости от жанра) содержание первичных текстов – монографий, статей и др. Жанры: аннотация, реферат, резюме.

3) **Научно-критический подстиль.** Этот подстиль также представлен вторичными текстами. В текстах научно-критического подстиля, в отличие от текстов подстиля научно-ин-

формационного, не только излагается содержание первичного текста, но и даётся его оценка. Жанры: отзыв, рецензия.

3) **Научно-справочный подстиль.** Тексты этого подстиля имеют целью помочь читателю быстро получить нужную научную информацию. Жанры: статья в словаре, справочнике, энциклопедии.

5) **Научно-учебный подстиль.** Цель текстов научно-учебного подстиля – сообщить учащимся информацию, накопленную в определённой отрасли знания и представляющую собой совокупность известных научных истин. Жанры: учебник, учебное пособие, лекция.

6) **Научно-популярный подстиль.** Тексты научно-популярного подстиля адресованы широкому кругу читателей и имеют целью популяризацию научного знания. Жанры: научно-популярная статья, заметка, интервью учёного в газете, журнале.

КОМПОЗИЦИЯ НАУЧНОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ

Композиция научного произведения отражает процесс получения нового знания, его этапы. Какие это этапы? Приступая к исследованию, учёный сначала изучает существующую литературу, поскольку любое исследование опирается на старое, уже имеющееся знание. Однако любое знание не является абсолютным, в науке возникают всё новые и новые проблемы, по-новому решаются старые проблемы. Поэтому следующим этапом является осознание нерешённой проблемы. Приступая к решению проблемы, учёный выдвигает гипотезу – идею, теорию. Далее следует доказательство гипотезы – обоснование её истинности с помощью различных аргументов (рассуждений, фактов). Доказательство часто имеет вид описания эксперимента (при этом подробно и последовательно описываются ход и результаты исследования).

Таким образом, процесс формирования нового знания проходит несколько этапов. Эти этапы отражаются в композиции научного произведения, которая включает такие части, как история вопроса, характеристика темы, обоснование её

актуальности и новизны; формулирование проблемы, цели и задач исследования; выдвижение гипотезы; доказательство; выводы; заключение.⁴⁴ Работа может также содержать научный прогноз, очерчивающий перспективы дальнейшего исследования.

Отражение этапов исследовательской деятельности в композиции научной работы демонстрирует следующая схема.

Этапы получения нового знания

Изучение литературы →	Осознание проблемы →	Выдвижение гипотезы →	Доказательство (подбор аргументов, проведение эксперимента)
--------------------------	----------------------	-----------------------	--

Композиция научной работы

История вопроса. Характеристика темы (актуальность, новизна) →	Формулирование проблемы, целей, задач работы →	Формулирование гипотезы →	Изложение аргументов. Описание хода и результатов исследования. →	Выводы. Научный прогноз
--	---	---------------------------	---	--------------------------------

Конечно, приведённая схема демонстрирует композицию научной работы в самом общем виде. Здесь показаны самые крупные композиционные блоки. Рассмотрим теперь более детально построение научной работы на примере диссертации. Диссертация обычно включает следующие композиционные части.

⁴⁴ Более подробно см.: Чернявская В.Е. Интерпретация научного текста. М., 2207. С. 71-98.

1. Введение. Во введении содержится характеристика темы с точки зрения степени её изученности (даётся краткая история вопроса), обосновываются новизна и актуальность темы, формулируются проблема, цели и задачи исследования (поэтапное решение задач приводит к реализации цели). Также введение содержит характеристику объекта исследования (какой объект действительности исследуется) и предмета исследования (в каком аспекте исследуется выбранный объект действительности). Кроме того, во вводной части обосновываются теоретическая и практическая значимость предпринимаемого исследования, характеризуются методы, материал исследования.

2. Основная часть. В главах основной части решаются поставленные в начале работы задачи. Основная часть обычно содержит более развёрнутую, чем во введении, историю вопроса, изложение теоретических основ исследования, формулировку гипотезы, доказательство гипотезы, описание хода и результатов исследования. В конце даются краткие выводы.

3. Заключение. В заключении излагаются результаты проведённого исследования, итоги работы соотносятся с целью и задачами, сформулированными в начале работы. Даётся обобщённая оценка проделанной работы. В заключении нередко ставятся новые задачи, возникающие в связи с проведённым исследованием.

4. Список использованной литературы.

5. Приложение. Эта часть не является обязательной. В приложении могут помещаться дополнительные материалы.

Описанная выше композиция в целом характерна не только для диссертации, но и (с некоторыми вариациями в составе и последовательности частей) для других научных жанров – монографии, статьи и др.

1 Прочитайте научную статью (сокращённый вариант). Определите её композицию.

Русская коммерческая документация в зеркале немецкого языка

Коммерческая деятельность получила в России широкое распространение в 90-е годы XX века. И одновременно возникла потребность в описании языка коммерции. Появились теоретические исследования отечественных и зарубежных русистов (Михалкина 1998, Колтунова 2005, Чжан Лижень 1996, До Конг Чунг 2005 и др.), а также многочисленные справочники по составлению коммерческой документации и практические пособия для иностранных учащихся. Курс «русского делового» и сегодня остаётся одним из самых популярных в иностранной аудитории, что делает дальнейшее изучение текстов деловой сферы общения весьма актуальным как с лингвистической, так и с методической стороны.

При внешнеэкономических коммерческих контактах русскоязычный текст документа сосуществует с иноязычным текстом. Это позволяет рассматривать нормы русского коммерческого подстиля в сопоставительном аспекте, как бы в зеркале иностранного языка. Какие стилистические явления универсальны, встречаются в разных языках, а какие специфичны для русского коммерческого документа?

В настоящей статье будут представлены некоторые наблюдения, сделанные при сопоставлении немецкоязычных текстов документов (деловых писем и контрактов) и их переводов на русский язык.

При сопоставлении русских и немецких текстов, относящихся к сфере внешнеэкономической коммерческой деятельности, выясняется, что они во многом сходны: <...>. Однако нередко и случаи несовпадения стилиевых норм в текстах русских и немецких коммерческих документов. Рассмотрим случаи такого несовпадения, встретившиеся в нашем материале.

<...> Немецкий деловой язык часто оказывается более кратким, чем русский. Русский деловой текст стремится максимально полно описать ситуацию. В ряде случаев русский

язык «уточняет» контекст, например «дополняет» при переводе немецкое бессоюзное предложение союзом: *Sollten weitere Unterlagen notwendig sein, werden wir Ihnen diese umgehend zur Verfügung stellen.* Дословный перевод с немецкого языка: *Будут необходимы дополнительные данные – мы немедленно предоставим их в Ваше распоряжение.* Русский вариант: *Если будут необходимы дополнительные данные, мы немедленно предоставим их в Ваше распоряжение.*

Итак, специфика русской коммерческой документации по сравнению с немецкой состоит в том, что русский деловой текст является более развёрнутым, характеризуется полными формулировками, наличием средств связи между частями предложений <...>.

Изучение русскоязычных и иноязычных деловых текстов в сопоставительном аспекте представляется очень перспективным, поскольку позволяет правильно строить национально ориентированный курс русского делового языка: сначала целесообразно работать над явлениями универсальными, общими для русского и иностранного языков, а затем переходить к явлениям специфическим, вызывающим наибольшие затруднения у студентов в силу несовпадения характеристик делового стиля в родном и русском языках.

Литература

Колтунова М.В. Деловое общение. Нормы. Риторика. Этикет. М., 2005.

ЛЕКСИКА. НОМИНАТИВНЫЙ СТРОЙ НАУЧНОГО СТИЛЯ

Научный стиль отражает теоретическое, понятийно-логическое мышление. Этот тип мышления проявляется в том, что в научном тексте активно используются **термины** – слова, словосочетания, обозначающие понятия какой-либо специальной области знания (*фонема, лексика, сила тяжести, ускорение, эволюция видов*). Приступая к научному исследованию, необходимо чётко представлять себе, в рамках какой научной школы будет выполняться работа, какая терминология будет

использоваться. Основное требование к термину – **однозначность**: в рамках одной терминосистемы должны складываться отношения «один термин – одно понятие». Правда, такие отношения имеют место не всегда: у многих терминов есть синонимы – дублиеты (*языковедение – языкознание – лингвистика, видовой – аспектуальный, дательный надеж – датив*). Выбирая тот или иной термин для своего исследования, необходимо учитывать несколько факторов:

1) **употребительность** термина (предпочтительны общеизвестные, общеупотребительные термины);

2) **современность** термина (из двух терминов-дублетов предпочтение отдаётся более современному);

3) **происхождение** термина: в последнее время наблюдается тенденция делать выбор в пользу интернациональных терминов, это облегчает обмен научной и технической информацией между носителями разных языков;

4) **благозвучность** термина (термин должен быть удобным для произношения и не должен вызывать каких-либо нежелательных ассоциаций).⁴⁵

В научных текстах представлены не только термины. В них есть также **общенаучная лексика** (лексика, используемая в разных областях науки: *метод, процесс, прогресс, система, анализ*) и **общеупотребительная лексика** (*автор, сравнивать, конечно*).

Характерной особенностью научного текста является **номинативный (именной) строй**: имена преобладают над глаголами и другими знаменательными частями речи: М.Н. Кожина указывает, что имена существительные составляют 40% (т.е. почти половину) научного текста.⁴⁶

Номинативный строй научной речи проявляется в следующих её особенностях.

⁴⁵ Более подробно см.: Карпинская Е.В. Норма в терминологии // Культура русской речи / Отв. ред. Л.К. Граудина, Е.Н. Ширяев. М., 2006. С. 203-204.

⁴⁶ Кожина М.Н. Научный стиль // Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012. С. 295.

1) Широко используются глагольно-именные сочетания: *носить название* (ср.: *называться*), *иметь значение* (ср.: *значить*), *находить применение* (ср.: *применяться*).

2) Составное именное сказуемое преобладает над глагольным: *Это явление до сих пор остаётся неизученным*. (Ср.: *Это явление до сих пор не изучили*). Часто используются составные именные сказуемые со связками *быть, являться, становиться, представляться, считаться, оказываться, служить* и др.

3) В научном тексте часто используются предложно-падежные группы с обстоятельственным значением: *При нагревании тела расширяются*. (Ср.: *Когда тела нагреваются, они расширяются*).

4) Активно используются существительные в родительном падеже, нередко выстраиваясь в цепочки родительных падежей: *Во вступительной части работы должно присутствовать описание методов исследования материала*. (Ср.: *Во вступительной части должны описываться методы, с помощью которых исследовался материал*). Многократно повторяющаяся форма родительного падежа в таких конструкциях обусловлена тем, что в них используются отглагольные и отадективные существительные, а также существительные типа *метод, задача, проблема*, требующие после себя формы родительного падежа (в ходе исследования этой химической реакции; из-за нехарактерности резких изменений температуры, проблема изучения современных говоров).

5) Широко используются производные отымённые предлоги: *в связи с, в результате, при помощи, по мере, в целях, в ходе* и др.: *В ходе эксперимента было установлено, что...*

2. Прочитайте текст. К какой области знания он относится? Найдите в тексте общенаучную и узкоспециальную лексику. Найдите в тексте признаки номинативного строя.

Внутренняя энергия одного и того же тела не является величиной постоянной. Так, с изменением <...> температуры изменяется и внутренняя энергия.

Если температура повышается, то увеличивается скорость движения молекул, то есть возрастает их кинетическая энергия, а значит, и внутренняя энергия всего тела. И наоборот, при снижении температуры скорость движения молекул падает, что в свою очередь ведёт к уменьшению внутренней энергии.

Вообще же изменить скорость движения молекул и, следовательно, внутреннюю энергию, можно двумя способами:

- 1) совершением механической работы;
- 2) теплопередачей. <...>

Когда тело уже нагрето, определить, каким из двух способов его нагрели, невозможно. <...>

Однако, зная технологию того ли иного процесса, мы в состоянии безошибочно определить, каким из способов изменена внутренняя энергия.⁴⁷

3. Прочитайте пары терминов-дублетов. Оцените, какой термин в каждой паре является более предпочтительным.

компьютер – ЭВМ (электронно-вычислительная машина)
дателъный падеж – датив (применительно к описанию русских текстов)
слоновость – элѣфантиаз (заболевание)
воспаление лёгких – пневмония (заболевание)

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ НАУЧНОГО СТИЛЯ

В литературе, посвящённой научному стилю, обычно называются следующие стилевые черты научного стиля: отвлечённо-обобщённость, точность, логичность, категоричность,

⁴⁷ Физика. Справочник школьника. М., 1995.

объективность, диалогичность.⁴⁸ Отмечается также, что для научных текстов характерны информационная ёмкость⁴⁹ и интертекстуальность.⁵⁰ Рассмотрим эти особенности научного стиля.

ОТВЛЕЧЁННО-ОБОБЩЁННОСТЬ

Познавая окружающий мир, мы анализируем его с помощью абстрактного мышления. Абстрактный тип мышления находит проявление в такой стилевой черте научного стиля, как отвлечённо-обобщённость. Для научного стиля характерно большое количество существительных с отвлечённым значением, в том числе отглагольных и отадективных (т.е. образованных от глаголов и прилагательных): *изменение, описание, понимание, особенность, характерность, изменчивость*. Конкретные же существительные, как правило, выражают общие понятия: *Роза – растение светлюбивое* (не данная конкретная роза, а любая роза, «роза вообще»). Глаголы используются в абстрактном, обобщённом значении: для научного текста типично значение настоящего вневременного: *При 100 °C вода превращается в пар* (превращается не в данный момент, а вообще, всегда, это постоянное свойство воды).

4. Прочитайте три фрагмента научно-популярных текстов. Определите, к какой области знания принадлежит каждый из них. Найдите в текстах существительные с отвлечённым значением, глаголы, употреблённые в значении настоящего вневременного. Найдите признаки номинативного строя.

Текст 1

В зависимости от условий одно и то же вещество может находиться в различных состояниях: в твёрдом, жидком и газообразном (например, вода, лёд, водяной пар). Эти состояния называются агрегатными. Молекулы одного и того же веществ-

ва в твёрдом, жидком или газообразном состоянии <...> ничем не отличаются друг от друга, меняется только их взаимное расположение.⁵¹

Текст 2

Огромную рельефообразующую роль играют тектонические движения земной коры и вулканические процессы. Именно благодаря им возникают горные системы и глубокие впадины. Наиболее крупными естественными сооружениями на Земле являются горы, при этом самые длинные горные цепи скрыты под водой. <...> Горы – важнейшие формы рельефа всех частей света <...> Эпохи горообразования и последующего выравнивания составляют глобальный цикл, средняя продолжительность которого – около 200 млн лет. Мы живём в альпийскую эпоху горообразования, когда процесс формирования самых высоких горных систем на Земле – Альп, Кавказа, Каракорума, Памира, Гималаев – ещё не закончился.⁵²

Текст 3

14 декабря 1825 г. в столице Российской империи произошло вооружённое восстание с целью свержения самодержавия и изменения государственного строя. Вскоре второе восстание вспыхнуло на юге России. Оба выступления были подавлены <...>, а их участники, декабристы (из Северного и Южного тайных обществ), отправились в ссылку, на каторгу и вечное поселение в Сибирь.

По истечении сроков каторги освобождёвшимся декабристам предстояло остаться в Сибири на поселении или (на выбор) отправиться рядовыми на войну с кавказскими горцами.⁵³

ТОЧНОСТЬ, НЕКАТЕГОРИЧНОСТЬ, ЛОГИЧНОСТЬ

Задачей учёного является не только получение нового знания, но и чёткое, логичное его изложение. В научном тек-

⁴⁸ См., например: Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012. С. 290-291.

⁴⁹ Левина И.Н. Особенности научного стиля // Русский язык и культура речи. М., 2005. С. 404-406.

⁵⁰ Чернявская В.Е. Интерпретация научного текста. М., 2007. С. 48-51.

⁵¹ Физика. Справочник школьника. М., 1995.

⁵² Большая иллюстрированная энциклопедия географии. М., 2007.

⁵³ Энциклопедия для детей. Т. 5 История России и её ближайших соседей. Часть 2. От дворцовых переворотов до эпохи Великих реформ. М., 2004.

сте преобладающими функционально-смысловыми типами речи являются **описание** и **рассуждение**. Научное описание должно быть точным, рассуждение – логичным и последовательным, выводы учёного должны формулироваться в категоричной форме – ведь могут быть обнаружены какие-либо новые факты, уточняющие полученное знание и даже противоречащие ему. **Точность, категоричность, логичность** – характерные черты научной речи.

Точность изложения в научном тексте достигается точным словоупотреблением, использованием терминов. Кроме того, в научном тексте используются различные **уточняющие конструкции**:

1) **уточняющие члены предложения**, присоединяемые союзами *то есть, или*: *Действительный, или активный, и страдательный, или пассивный, обороты являются синтаксическими синонимами;*

2) **вставные конструкции с уточняющим значением** (пояснение, конкретизация понятия, введение дополнительной информации, приведение дополнительных соображений автора): *Где язык, там и общение (вне общения язык не существует), а где общение, там и смысл (так как общение есть обмен мыслями...)* (В.А. Звегинцев).

Точности научного текста способствуют также использование **сложных предложений с союзной связью**, преобладающий **прямой порядок слов**.

Стремясь быть предельно точным, учёный указывает на степень достоверности сообщаемых фактов и оценок, на источник информации. С этой целью используются **вводные слова и словосочетания** (*вероятно, возможно, безусловно, по мнению (кого) и др.*): *Сам термин «психолингвистика», по-видимому, впервые прозвучал в статье американского психолога Н. Прошко (А.А. Леонтьев).* Благодаря использованию вводных элементов высказывание в научном стиле является **некатегоричным**: автор, понимая, что любое научное знание относительно и нуждается в дальнейшем уточнении, старается быть достаточно осторожным, сдержанным в своих оценках. Автор научного текста не утверждает с абсолютной уверенно-

стью, а предполагает: *Следует предположить, что ..., Можно допустить, что...* и т.п. В этом проявляется **гипотетичность** научного текста.

Помимо точности, научный текст отличается **логичностью**, связностью, последовательностью изложения. Для достижения логичности и связности изложения в научном тексте используются так называемые **конструкции и обороты связи**,⁵⁴ подчёркивающие логику рассуждений автора, логику изложения материала: *Рассмотрим теперь ... Приведём примеры... Остановимся подробнее на ...*⁵⁵ Используется также ряд других средств, которые делают очевидными смысловые отношения между частями информации. Вот некоторые из таких средств.

Добавление к уже сказанному: *и, также, кроме того, кстати.*

Сопоставление частей информации: *аналогично, точно так же* (при сходстве), *напротив, а* (при различии).

Противопоставление частей информации: *но, однако.*

Подчёркивание порядка следования информации: *во-первых, во-вторых, прежде всего, далее, теперь, в заключение.*

Указание на другой способ оформления мысли: *иными (другими) словами, иначе говоря, точнее сказать.*

Введение примера: *например, так.*

Оформление следствия: *следовательно, значит.*

Оформление вывода: *итак, таким образом.*

Связность научного текста обеспечивается также повторами слов, использованием местоимений и слов, функционально близких к ним (*этот, данный, подобный, указанный, вышеупомянутый, приведённый, рассмотренный, следующий*).

5. Прочитайте текст. Найдите в нём средства связи между частями информации. Определите, на какие смысловые отношения указывают эти средства связи.

⁵⁴ Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012. С. 296.

⁵⁵ Благодаря конструкциям и оборотам связи достигается также диалогичность научного текста, его обращённость к читателю – см. ниже.

Человечество постепенно открывало для себя язык и механизмы его действия. Так, для нас род, склонение существительных нечто привычное, знакомое. А вот когда софист Протагор впервые заговорил о родах названий, это вызвало у слушателей – древних греков – большое недоумение. Сама мысль о том, что родной язык надо изучать, встречала лишь <...> смех. Разве мы не знаем свой язык с детства?

Ответ на вопрос не так прост. Знаем, конечно, если под знанием понимать умение говорить. Не знаем, если речь идёт о природе языка, о том, как он действует, как он устроен.

Итак, люди постепенно открывали для себя язык и уже в наше время, в последние десятилетия XX века подошли к изучению самого, по-видимому, сложного образования – текста.⁵⁶

6. Перед вами фрагмент статьи по методике преподавания русского языка как иностранного. Введите в текст статьи средства связи между частями информации (на месте значка ✧) в соответствии с заданными смысловыми отношениями.

Деление текстов (или их фрагментов) на тексты-описания, тексты-повествования и тексты-рассуждения неоднократно подвергалось критике. ✧ (**Противопоставление**) при обучении иностранных студентов-филологов такое деление очень удобно и помогает студентам увидеть многие закономерности построения текста. ✧ (**Введение примера**), в текстах повествовательного типа, передающих «активную смену событий» [Валгина 2004 : 85], чаще встречаются глаголы совершенного вида (*Андрей достал ключи, открыл дверь. Он вошёл в квартиру и услышал звонок телефона*). ✧ (**Сопоставление: различие**) в текстах-описаниях глаголы не обозначают активного действия, они лишь характеризуют состояние предмета (*В море белеет корабль = В море виден белый корабль*). Для этих текстов более характерны глаголы несовершенного вида. ✧ (**Оформление следствия**), студенты имеют возможность по-новому взглянуть на вид глагола – с точки зрения его употреб-

ления в определённом типе текстов. Что касается текстов-рассуждений, то в них часто используются определённые типы синтаксических отношений – причинно-следственные, временные, условные, уступительные, отношения противопоставления, сопоставления.

✧ (**Оформление вывода**), студенты углубляют свои знания о тех грамматических явлениях, которые они изучили ранее (виды глагола, способы выражения различных синтаксических отношений в простом и сложном предложении).

ОБЪЕКТИВНОСТЬ

Для научного стиля, как и для официально-делового, характерна объективность. Научное знание о мире – это объективное знание, на первом плане – реально существующие процессы, явления, а не исследующий их субъект. В связи с этим широко употребляются следующие конструкции.

1) Пассивные конструкции (в них субъект или отсутствует, или выражен творительным падежом, который, в отличие от именительного, не фиксирует на себе внимания): *В работе рассматриваются современные направления в стилистике. М.В. Ломоносовым было создано учение о «трёх штилях».*

2) Безличные предложения (предложения, в которых субъект или отсутствует, или выражен не именительным падежом): *Следует отметить, что данную точку зрения разделяет большинство исследователей. Нам представляется, что необходим другой подход к этой проблеме.*

3) Предложения, в которых субъект (выраженный или не выраженный формально) мыслится обобщённо, как любое лицо: *В школьной практике в отглагольных существительных типа «выход» нулевой суффикс не выделяют. Если мы переставим местами слагаемые, сумма не изменится.*

7. Прочитайте предложения. Какие конструкции используются в них для того, чтобы изложение носило подчеркнуто объективный характер?

⁵⁶ Солганик Г.Я. Стилистика текста. М., 2005.

1) Выше уже говорилось о необходимости такого эксперимента. 2) Представляется, что это мнение ошибочно. 3) Необходимо уточнить данное определение. 4) Под звёздной эволюцией понимают изменение физического и химического состава звёзд, происходящее с течением времени. 5) Под звёздной эволюцией понимается изменение физического и химического состава звёзд, происходящее с течением времени. 5) Периодический закон химических элементов был открыт Д.И. Менделеевым в 1869 году.



В связи с проблемой субъекта в научном тексте необходимо отдельно сказать о субъекте *я*. В русском научном тексте не принято употреблять местоимение *я*. От него «избавляются» разными способами.

1) Вместо местоимения *я* используется местоимение *мы*, это так называемое «*мы* авторской скромности»: *Мы полагаем, что это можно доказать следующим образом.* (= Я полагаю).⁵⁷ Соответственно вместо местоимения *мой* используется местоимение *наш*: *По нашему мнению, данное утверждение противоречиво* (=По моему мнению).

2) Используются **безличные и пассивные конструкции**: *Думается, что данное утверждение противоречиво* (безличное предложение; ср.: *Я думаю, что данное утверждение противоречиво*). *Далее будет проанализировано произношение наиболее частотных слов* (бессубъектная пассивная конструкция; ср.: *Далее я проанализирую произношение наиболее частотных слов*).

Какой способ «избавления» от местоимения *я* является предпочтительным? В научных произведениях XX века активно использовалось «*мы* авторской скромности». Однако, по данным последних исследований, сегодня чаще используются

безличные и пассивные конструкции: «современный научный стиль эволюционирует в сторону неличной манеры изложения».⁵⁸

8. Просмотрите ещё раз статью (см. задание 1). Как автор «избавляется» от местоимения *я*?

9. Отредактируйте формулировки так, чтобы в них не было местоимения *я*. Предложите разные варианты.

1) Выше я уже говорила об этой проблеме. 2) Я выяснил, что это явление наблюдается не всегда. 3) Я думаю, что вопрос нужно ставить по-другому. 4) Я провёл следующее исследование. 5) В ходе эксперимента я сделала следующие наблюдения. 6) В результате опыта я получил следующие результаты.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ЁМКСТЬ

Для научного стиля так же, как и для официально-делового, характерны информационно ёмкие формулировки. В научном стиле широко представлены:

1) **цепочки родительных падежей**: *Проблема самоорганизации материальных систем становится одной из центральных проблем науки XX века*;

2) предложения с **причастными и деепричастными оборотами**: *Физика — это наука о природе, изучающая наиболее общие свойства материального мира. Постоянно взаимодействуя с окружающей средой, растения реагируют на различные экологические факторы*;

3) **предложно-падежные группы с обстоятельственным значением**: *При нагревании тела расширяются*. (Ср.: *Когда тела нагреваются, они расширяются*).

10. Найдите в статье (см. задание 1) примеры информационно ёмких формулировок.

⁵⁷ «*Мы* авторской скромности» следует отличать от «*мы* совместности», объединяющего автора и читателя, вовлекающего читателя, наряду с автором, в процесс исследования: *Здесь мы наблюдаем следующие явления*.

⁵⁸ Котюрова М.П., Баженова Е.А. Культура научной речи: текст и его редактирование. М., 2008. С. 99.

ОБРАЩЁННОСТЬ НАУЧНОГО ТЕКСТА К ЧИТАТЕЛЮ

1) Диалогичность

Научный текст обращён к читателю. Автор как бы ведёт диалог с читателем, делает его активным и заинтересованным участником развёртывающегося на страницах книги процесса познания. Каким образом это достигается?

В научной речи часто встречаются односоставные определённо-личные предложения, в которых глагол стоит в форме первого лица множественного числа и выражает побуждение к совместному действию: *Рассмотрим теперь более подробно каждое из перечисленных явлений*. В таких предложениях автор обращается к читателю, приглашая его принять участие в исследовании. Ещё одной формой обращения к читателю является **вопросно-ответное единство** – особая форма изложения, привлекающая, активизирующая внимание читателя. Автор формулирует вопросы и предлагает наиболее вероятные, с его точки зрения, ответы на эти вопросы: *Возможны ли различные теории одного и того же объекта? Да, если мы опираемся на разные исходные понятия и действуем по различной логике <...>* (А.А. Леонтьев). *Чем же привлекала древних людей магия? Она открывала перед теми, кто мог её использовать, власть над миром* (Ю.И. Романов). Вопросно-ответные единства, являясь средством диалогизации текста, одновременно придают научному тексту выразительность, экспрессивность.

II Найдите в статье (см. задание 1) фрагменты, которые демонстрируют диалогичность научного текста.

2) Использование экспрессивных средств

Автор научного текста стремится изложить информацию доступно, понятно для читателя. Для того чтобы лучше донести свою мысль до читателя, автор может использовать экспрессивные средства, например образные выражения – тропы

(эпитеты, сравнения, метафоры и др.). По отношению к научному стилю тропы являются иноstileвым средством: они, как известно, характерны для художественной речи и как бы заимствуются оттуда. При этом меняется функция образных средств: если в художественном тексте тропы служат для создания художественного образа, то в научном тексте они играют принципиально другую роль: они, как мы уже сказали, помогают читателю лучше понять мысль автора, «служат цели пояснения, конкретизации, достижения доступности изложения».⁵⁹

Помимо тропов, в научном стиле могут использоваться и другие иноstileвые средства: средства разговорного, публицистического, официально-делового стилей; могут упоминаться реалии, характерные для других сфер общения: *Схема акцентной структуры простого предложения, содержащего противопоставление T-R, напоминает домик с двускатной крышей...* (Г.А. Золотова, использовано сравнение с реалией повседневной жизни – домиком). Такие средства, с одной стороны, помогают автору лучше разъяснить свою мысль, с другой – придают научному тексту выразительность, экспрессивность. Подчёркивая необычность таких слов в научном тексте, автор обычно заключает их в кавычки: *Речевая деятельность недоступна даже самым «интеллигентным» животным* (А.А. Реформатский, использована метафора).

Для разных жанров научного стиля экспрессивные средства характерны в разной степени. Активно используются они в научной рецензии, внося в неё индивидуальное, авторское начало. Как отмечает Л.В. Красильникова, «от всех других письменных научных жанров рецензия отличается допустимостью максимального проявления личного начала в научной коммуникации, это ведёт ... к использованию всевозможных средств, в которых рецензент обнаруживает себя как субъект речи, субъект сознания, субъект эмоций, индивидуальная языковая

⁵⁹ Валгина Н.С. Теория текста. М., 2004. С. 210.

личность».⁶⁰ Использование средств экспрессии в рецензии связано с её полемическим характером: рецензент полемизирует с автором первичного текста, стремится убедить читателя в правильности своей точки зрения. Также экспрессивные средства широко используются в научно-учебной и особенно в научно-популярной литературе. А вот в собственно научном тексте экспрессивные средства могут отсутствовать, использование их зависит от особенностей стиля конкретного учёного.

12. Прочитайте фрагменты научно-учебных текстов. Какие средства выразительности в них используются? С какой целью?

1) Боги, а также герои <...> в представлениях <...> древних греков являлись инициаторами и участниками природных процессов <...> Реальная же «логика» природных явлений была им неизвестна 2) Жизненная реальность многогранна, и можно думать, что всегда имеется целый «веер» технических решений, из которых можно выбрать то, что принесёт наибольшую пользу человечеству <...>. 3) Если предмет в данный момент не воспринимается, то для нас он «никакой», хотя мы и знаем о его существовании. 4) Искусство весьма сложно связано с человеком и его общественной жизнью. Несколько напоминая сказочную избушку на курьих ножках, оно поворачивает к людям то одной, то другой стороной.⁶¹

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ

Новое знание возникает на основе уже существующего знания, всякое научное произведение связано с другими исследованиями, автор ссылается на них, цитирует их. Таким образом, собственный текст автора взаимодействует с множеством других текстов, в результате чего происходит прираще-

⁶⁰ Красильникова Л.В. Жанр научной рецензии: семантика и прагматика. М., 1999. С. 123.

⁶¹ Контексты из учебного пособия: Романов Ю.И. Культурология. СПб., 2007.

ние смысла создаваемого текста. Взаимодействие текстов называется **интертекстуальностью**.

Автор научного произведения может обращаться к другим научным текстам с разными целями. Чужой текст может использоваться:

- 1) как **заместитель собственных слов автора**;
- 2) как **аргумент или пример к тезису автора**.

Приведём примеры.

1) Чужой текст замещает собственные рассуждения, объяснения, формулировки автора: *Немаловажным фактором являлось и то, что, по неизвестной нам причине, «древние греки обладали наиболее рациональным складом ума из всех древних народов»* (Ю.И. Романов).

2) Чужой текст приводится как **аргумент, пример, иллюстрация** к собственному тексту автора: *Несчастья, говорили стоики, являются лишь поводом к тому, чтобы человек мог совершенствоваться в добродетели. Изучение философии есть прямой путь к ней. «Философия учит делать, а не рассуждать, – писал Сенека. – Она требует, чтобы каждый жил согласно её закону... Она образует и формирует дух...»* (Ю.И. Романов).

Каким образом чужой текст может вводиться в авторский текст? Обращаясь к чужому тексту, автор может:

1) дословно **цитировать** чужой текст: *В.Е. Чернявская пишет: «Стиль есть свойство текстового целого»;*

2) **излагать содержание чужого текста «своими словами»**: *В.Е. Чернявская отмечает, что стиль – это свойство текста;*

3) только **ссылаться** на работу автора (авторов), не раскрывая подробно её содержания: *Композиционная структура гуманитарного научного текста подробно анализируется в книге В.Е. Чернявской «Интерпретация научного текста».*

13. Найдите в статье (см. задание 1) обращение к «чужим» текстам. Что представляет собой это обращение (цитата, изложение содержания чужого текста, ссылка на научную работу)?



При дословном воспроизведении чужой текст (цитата) может вводиться по-разному.

1) Цитата может оформляться в виде **прямой речи**:

Н.С. Валгина отмечает: «Цель экспрессии в науке – в доказательности (так называемая интеллектуальная экспрессивность)».

2) Цитата может быть оформлена в виде **косвенной речи**:

Н.С. Валгина отмечает, что «цель экспрессии в науке – в доказательности (так называемая интеллектуальная экспрессивность)».

3) Цитата может вводиться в предложение с помощью **вводного словосочетания** или **вводного предложения**:

По мнению Н.С. Валгиной, «цель экспрессии в науке – в доказательности (так называемая интеллектуальная экспрессивность)». *Как отмечает Н.С. Валгина, «цель экспрессии в науке – в доказательности (так называемая интеллектуальная экспрессивность)».*

4) Цитата может являться **частью авторского текста**. При этом в отличие от первых трёх случаев автор цитаты в самом предложении обычно не упоминается, а указывается в скобках или в сноске внизу страницы: *Научное исследование характеризуется строгостью, логичностью, объективностью, однако экспрессивные средства в научном тексте возможны: «цель экспрессии в науке – в доказательности (так называемая интеллектуальная экспрессивность)» (Н.С. Валгина).*

При введении цитаты в виде прямой и косвенной речи, а также с помощью вводного предложения в научном тексте часто используются глаголы *писать, указывать, отмечать, утверждать, подчёркивать*. Сам чужой текст берётся в кавычки. Если в цитате какой-то фрагмент чужого текста выпускается, на месте пропуска ставится многоточие: *Н.С. Валгина отмечает, что «цель экспрессии в науке – в доказательности...»* (в цитате опущен фрагмент *так называемая интеллектуальная экспрессивность*). При цитировании указывается автор чужого текста, произведение, откуда взята

цитата, страница. Вся эта информация может быть дана двумя способами:

1) в виде **сноски** (внизу страницы, под основным текстом, мелким шрифтом, вот так:⁶²

2) в **самом тексте** сразу после цитаты: [Валгина 2004 : 203]. По фамилии автора и году издания можно понять, о какой работе идёт речь. Для этого нужно посмотреть список литературы, который даётся в конце.

14. Оформите цитату а) в виде прямой речи, б) в виде косвенной речи, в) с помощью вводной конструкции. При желании можно сократить цитату, обозначив пропуск фрагмента текста многоточием.

Главная, общая цель создания текста (любого) – сообщение информации. (Валгина Н.С. Теория текста. М., 2004. С. 231).

НАУЧНОСТЬ И НАУКООБРАЗНОСТЬ

В научном исследовании нередко описываются очень сложные явления. Сложность объекта исследования обуславливает особенности языка науки: обилие терминов, длинные сложные конструкции – всё это вполне естественно. Однако бывает, что текст является чрезмерно усложнённым: автор даёт длинные сложные формулировки там, где можно было бы выразить мысль проще, использует чрезмерное количество терминов, придумывает без необходимости собственные наименования, дублирующие уже существующие общепринятые термины, приводит в исследовании графики, таблицы, схемы, в которых сложно разобраться (а ведь цель графиков и таблиц – облегчить восприятие материала, сделать подачу материала более наглядной). Всё это усложнение текста имеет целью придать ему «научность», «основательность». Однако в результате получается не научность, а наукообразность. **Наукообразность** – это выражение несложной (и часто неглубокой) мысли с помощью усложнённых языковых средств с целью

⁶² Валгина Н.С. Теория текста. М., 2004. С. 203.

придать тексту видимость «научности». С помощью наукообразных формулировок нередко пытаются скрыть неглубокое знание предмета. М.В. Ломоносов писал: «Смутно пишут о том, что смутно себе представляют». То есть непонятно пишут о том, что сами плохо понимают.

Итак, язык исследования должен быть научным, но не наукообразным. Писать просто, доступно о сложном – большое искусство, и к этому нужно стремиться.

ДИНАМИКА НОРМ НАУЧНОГО СТИЛЯ

Нормы современного научного стиля складывались постепенно. В России язык науки зародился в XVIII веке. Первоначально научный текст был близок к художественному.⁶³ На протяжении двух веков вырабатывались нормы научного стиля, он становился строже, суше, точнее. Каким будет язык науки в будущем? С одной стороны, отмечается тенденция к исключению из научного текста экспрессивных средств: язык науки становится строже, суше. С другой стороны, высказывается мнение, что современное общество постепенно отходит от сухой научной и педагогической традиции. Так, академик В.Г. Костомаров полагает, что в XXI веке сложится научная и научно-учебная проза нового типа. Для этой прозы будут характерны «органичное сочетание исследовательской глубины и новизны, тематической злободневности, идейной пристрастности, энциклопедичности в ярких жизненных примерах, не назойливой, но решительной поучительности, в какой-то мере игрового момента, ярко выраженной авторской индивидуальности...».⁶⁴

Таким образом, мнения о языке науки будущего расходятся. Очевидно, следует признать, что стиль каждого учёного индивидуален, не случайно заслуженный профессор Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова

⁶³ Григорьева О.Н. Стилистика русского языка. М., 2000. С. 90.

⁶⁴ Отзыв В.Г. Костомарова о книге С.Г. Терминасовой «Война и мир языков и культур». М., 2007.

Ю.В. Рождественский говорил, что стиль крупных учёных нужно изучать так же, как и стиль писателей.

15. Анализ текста. Прочитайте научно-популярный текст. Найдите в нём признаки, характерные для научного стиля речи.

Что такое эволюция

Геологическая летопись нашей планеты – останки вымерших существ – неопровержимо доказывает, что жизнь на планете менялась: одни виды животных и растений исчезали, другие возникали, видоизменялись, порождая новые формы. <...>

Исторические изменения наследственных признаков организмов называются эволюцией (от лат. *evolutio* – «развёртывание»). Этот процесс имеет три очень важных следствия. Во-первых, в ходе эволюции возникают новые виды, т. е. увеличивается разнообразие форм организмов. Во-вторых, организмы адаптируются, т.е. приспосабливаются к изменениям условий внешней среды; поэтому говорят, что эволюция имеет приспособительный характер. И наконец, в-третьих, в результате эволюции постепенно повышается общий уровень организации живых существ: они усложняются и совершенствуются.⁶⁵

ВТОРИЧНЫЕ НАУЧНЫЕ ТЕКСТЫ

Вторичные научные тексты создаются на основе первичных авторских текстов. Задача вторичного научного текста – передать содержание первичного текста (монографии, статьи и др.) с той или иной степенью полноты и, если это необходимо, оценить его. Примерами вторичных научных текстов являются аннотация, конспект, реферат (реферат-описание, реферативный обзор), рецензия. **Аннотация** – наиболее лаконичный вид вторичного научного текста, в ней даётся самое общее представление о первичном тексте: перечисляются затронутые в первичном тексте темы, указывается адресат текста. **Конспект**

⁶⁵ Энциклопедия для детей. Т.2. Биология. М., 2004.

представляет собой изложение основного содержания первичного текста (главные мысли, важный фактический материал). В **реферате-описании** излагается содержание первичного научного текста, описывается его структура. **Реферативный обзор** представляет собой сопоставительный анализ нескольких научных работ, посвящённых одной теме (проблеме). Цель **рецензии** – краткое изложение и оценка первичного научного текста.

Излагая содержание текста-источника, автор вторичного текста сокращает первичный текст, выбирая только существенную информацию. Иными словами, во вторичном тексте отсутствует часть информации первичного текста. С другой стороны, во вторичном тексте (в зависимости от его жанра) могут появляться формулировки, которых нет в первичном научном тексте, например: *автор пишет, указывает, отмечает, полагает, делает вывод, что... По мысли (по мнению) автора ...* Такие формулировки подчёркивают, что человек, пишущий, например, реферат-описание, излагает не собственные наблюдения и мысли, а лишь передаёт содержание того, что написал другой автор. Формулировки, служащие для описания текста, называются **метатекстом**.

Особо следует сказать о средствах экспрессии. Как уже говорилось выше, в первичных научных текстах возможны экспрессивные средства: они служат для более доступного, понятного изложения мысли. Однако во вторичных текстах (в большинстве жанров) средства экспрессии исключаются: они являются избыточными, кроме того, они вносят в текст субъективное, авторское начало. Возможно несколько способов исключения средств экспрессии.

1) **Опущение экспрессивного средства.** Так, например, опускаются экспрессивные члены синонимического ряда, повторы, сравнения, вопросы в составе вопросно-ответных единств. В **первичном тексте:** *Благодаря вводным словам высказывание становится двуплановым, «двухголосным», полифоничным.* (Г.Я. Солганик). В **реферате:** *Благодаря вводным словам высказывание становится двуплановым.*

В **первичном тексте:** *Что же такое фонема? Фонема – это минимальная фонетическая единица, служащая для различения и отождествления морфем и слов.* В **реферате:** *Фонема – это минимальная фонетическая единица, служащая для различения и отождествления морфем и слов.*

2) **Синонимическая замена.** Этот способ может использоваться, если экспрессивное средство является единственным средством номинации, не входит в один синонимический ряд с нейтральным средством: В **первичном тексте:** *Речевая деятельность недоступна даже самым «интеллигентным» животным.* (А.А. Реформатский) В **реферате:** *Речевая деятельность недоступна даже самым высокоразвитым животным.*

3) **Переформулирование** (изменение формулировки). Примером переформулирования является объединение информации вопроса и ответа, входящих в состав вопросно-ответного единства: В **первичном тексте:** *Чем же привлекала древних людей магия? Она открывала перед теми, кто мог её использовать, власть над миром.* (Ю.И. Романов) В **реферате:** *Магия привлекала древних людей тем, что она открывала перед теми, кто мог её использовать, власть над миром.*

Итак, существуют различные способы исключения средств экспрессии при передаче информации исходного текста в тексте вторичном. Таким образом достигается объективность изложения. Сказанное относится прежде всего к таким жанрам, как реферат-описание, реферат-обзор, аннотация. Исключение составляет жанр научной рецензии, где средство экспрессии может не только сохраняться, но и получать дальнейшее развитие во вторичном тексте. Л.В. Красильникова отмечает: «Рецензенты чутко реагируют на элементы образности в научных работах. Часто рецензент развивает авторские образы, тем самым устанавливая индивидуальную связь с первичным текстом (внося дополнительную информацию о стиле автора)».⁶⁶

⁶⁶ Красильникова Л.В. Жанр научной рецензии: семантика и прагматика. М., 1999. С. 39.

16. Измените данные в задании 12 формулировки таким образом, чтобы их можно было использовать в реферате (исключите средства экспрессии).

17. Прочитайте научный текст. Составьте реферат текста (для этого сократите текст, устраните средства экспрессии, введите метатекстовые средства).

Какова роль вводных слов <...> в предложении? Помимо разнообразных значений, которые вносят вводные слова в высказывание, – уверенности, неуверенности, сожаления, радости и т. д., они сигнализируют также о присутствии (появлении) в предложении «голоса» говорящего. Сравним:

Дверь тихо, без скрипа раскрылась.

Дверь, к моему изумлению, тихо, без скрипа раскрылась.

В первом случае перед нами обычное высказывание, описывающее, как раскрылась дверь.

Второй случай более сложный. Высказывание содержит два плана: описываемое событие, как в первом высказывании, и наблюдателя, следящего за событием, удивляющегося – он, по-видимому, не ожидал, что дверь раскроется.

Благодаря вводным словам высказывание становится двухплановым, «двухголосным», полифоничным. Так, в <...> примере *Здесь, помнится, была дорога* к основному сообщению о том, что здесь была дорога, добавляется важная новая информация (второй план), связанная с вводным словом *помнится*, которую можно интерпретировать так: «Я, говорящий, был (бывал) здесь раньше и, кажется, помню, что здесь была дорога». Как видим, второй план <...>, связанный с вводными словами, косвенно обнаруживает я говорящего.⁶⁷

18. Сравните получившийся у вас реферат с данным ниже вариантом. Каким образом в нём устранены средства экспрессии? Найдите в тексте реферата метатекстовые средства.

⁶⁷ Солганик Г.Я. Стилистика текста. М., 2005.

Роль вводных слов в предложении сводится, по мнению Г.Я. Солганика, к следующему. С одной стороны, вводные слова вносят в предложение разнообразные значения (уверенности, радости и т. д.). С другой стороны, они сигнализируют о присутствии в предложении говорящего. Сравняя предложения *Дверь тихо, без скрипа раскрылась* и *Дверь, к моему изумлению, тихо, без скрипа раскрылась*, автор отмечает, что в первом случае перед нами обычное высказывание, описывающее, как раскрылась дверь. Второе же высказывание содержит два плана: описываемое событие и наблюдателя, следящего за событием, удивляющегося – он, по-видимому, не ожидал, что дверь раскроется.

Таким образом, благодаря вводным словам высказывание, по мнению Г.Я. Солганика, становится двухплановым. Второй план, связанный с вводными словами, косвенно обнаруживает я говорящего.

УСТНАЯ НАУЧНАЯ РЕЧЬ

Устная научная речь представлена различными жанрами: это лекция, доклад, устная научная полемика и др. Устная научная речь, в отличие от устной деловой речи, носит более непринуждённый характер – в ней в большей степени допустимы и даже желательны разговорные и экспрессивные средства, которые облегчают восприятие звучащего текста, а также способствуют установлению контакта со слушателями.

19. Прочитайте фрагмент лекции. Ответьте на вопросы, выполните задания.

1) Каким образом достигается доступность изложения материала? Оцените длину и степень сложности используемых синтаксических конструкций, найдите в тексте лекции информацию уточняющего характера.

2) Как автор поддерживает контакт с аудиторией? Найдите в тексте лекции а) вопросно-ответные единства, б) фрагменты, где лектор непосредственно обращается к аудитории, в) фраг-

менты, где лектор использует местоимение *мы*, объединяющее лектора и слушателей.

3) Найдите в тексте разговорные средства. С какой целью они используются?

4) С какой целью в тексте используется вводное слово *к сожалению*?

Методика преподавания русского языка на начальном этапе

Дорогие друзья! Началом обучения русскому языку как иностранному служит вводный курс. Итак, представьте себе, что мы во вводном курсе, который продолжается у нас 6 дней. Но что такое шесть дней? Имеется в виду, что каждый день — это приблизительно 4 академических часа занятий. <...>

Значит, что мы предлагаем? В это время мы прежде всего знакомим наших учащихся с русским алфавитом. Затем постепенно знакомим с основными фонетическими законами. Каковы основные фонетические законы? Во-первых, это система ударения. Мы показываем, что в русском языке нет фиксированного ударения. Так? Что оно у нас... силовое. И что наши студенты, *к сожалению*, должны его запоминать. Другими словами, когда они записывают слово, они сразу же ставят ударение и запоминают слово с ударением. <...>

Теперь поговорим о грамматике вводного курса. За это время, за двадцать часов занятий, мы даём следующий грамматический материал, смотрите! Мы даём 3 рода существительных: показываем, что русские существительные бывают мужского, женского и среднего рода. <...> Первый падеж, который мы даём, — это, конечно, именительный. Но обратите внимание, что первый косвенный падеж (вы знаете, что такое косвенный падеж, да?)... Первый косвенный падеж — не тот, что в фундаментальном курсе, то есть не родительный, а предложный падеж со значением места. Этот падеж важнее для коммуникации. Следующий косвенный падеж — это винительный падеж прямого объекта.

В этот же промежуток времени мы вводим понятия I и II спряжения глаголов <...> Русская глагольная система времён — она очень лёгкая. Если мы сравним даже с тем же английским языком, где 16 времён, то мы увидим, насколько легче изучать русские времена. В русском языке всего 3 времени. И мы сразу их даём, потому что это очень важно для общения на русском языке. Если вы что-то хотите сказать по-русски, что-то выразить... попытаться общаться, то без глаголов это невозможно. Мне рассказывала одна моя ученица. Она работала в Америке по американскому учебнику «Начало»... И в этом учебнике у них очень медленно всё идёт. И она говорит, что учащиеся очень долго не знали прошедшее время, они его не изучали. И поэтому было совершенно невозможно с ними общаться. Она сказала, что старалась и так и сяк... Но если вы хотите общаться, вам обязательно нужно прошедшее время.⁶⁸

20. Творческое задание. Представьте себе, что содержание лекции нужно изложить в учебнике. Как выглядел бы текст в этом случае?

⁶⁸ Фрагмент текста лекции Е.Ю. Николенко, опубликованного в учебном пособии: Грекова О.К., Кузьмина Е.А. Я слышу и понимаю. М., 2010.

ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ СТИЛЬ

Сферой применения публицистического стиля является политика. Конечно, темой публицистического текста может быть не только политика государства (внутренняя или внешняя), но и экономика, культура, спорт, повседневно-бытовая жизнь. Однако, затрагивая любую тему, журналист не только сообщает информацию, но и даёт ей оценку, стремится **воздействовать** на читателя, на его мнения, поведение – и в этом смысле мы, без сомнения, имеем дело с политикой (согласно одному из определений, политика – это деятельность, связанная с **воздействием** на ход жизни общества, решением социальных проблем и т.п.).⁶⁹

Для публицистического стиля характерен массовый характер адресата. «Средой существования» публицистического стиля являются средства массовой информации (или сокращённо СМИ), к числу которых относятся периодическая печать (газеты, журналы), радио, телевидение, Интернет. Публицистический стиль реализуется в письменной форме (газеты, журналы, тексты в Интернете) и в устной форме (радио- и телепередачи, документальное кино, аудио- и видеоматериалы в Интернете, ораторские выступления). Типичным видом публицистической речи является монолог, однако в последнее время отмечается усиление в публицистике диалогического начала, что выражается в активизации роли зрителей / слушателей (которые участвуют в обсуждении социальных проблем), в появлении новых жанров устной публицистики (круглый стол, ток-шоу, дискуссия).

Среди функций публицистического стиля принято выделять 1) информационную функцию (сообщение о фактах, событиях), 2) просветительскую функцию (популяризация знаний), 3) оценочную функцию (излагая факты, журналист даёт им оценку), 4) функцию воздействия (излагая информацию и давая ей оценку, журналист стремится вызвать у адресата оп-

⁶⁹ Большой толковый словарь русского языка. – 1-е изд-е: СПб.: Норинт / С. А. Кузнецов. 1998 <http://enc-dic.com/kuzhecov/Politika-30582.html>

ределённое к ней отношение, что в конечном итоге влияет на взгляды и поведение адресата), 5) гедонистическую функцию (материал, предлагаемый СМИ, должен доставлять удовольствие: быть интересным, соответствовать эстетическим запросам читателя, слушателя, зрителя).⁷⁰ Из названных функций главными являются информационная функция и функция воздействия. В одних публицистических текстах может превалировать информационная функция, в других – функция воздействия, однако обе функции в той или иной степени, в том или ином соотношении в публицистическом тексте обычно выражены.

Публицистический стиль представлен тремя группами жанров.

1) Информационные жанры – разновидности текстов, в которых сообщается информация о происходящих событиях.

Заметка – это небольшое сообщение о каком-либо факте, событии.

Репортаж – рассказ о событии, который «ведётся (в электронных СМИ) или как бы ведётся (в прессе) одновременно с развёртыванием действия».⁷¹

Информационное интервью – это сообщение информации в виде диалога: журналист задаёт вопросы, лицо, владеющее информацией, отвечает на вопросы.

2) Аналитические жанры – разновидности текстов, в которых даётся анализ, истолкование происходящих событий.

Статья – жанр, в котором представлены рассуждения журналиста по поводу какой-либо актуальной общественной проблемы.

Беседа – жанр, представляющий обсуждение какой-либо проблемы; при этом журналист не только задаёт собеседнику вопросы (как в информационном интервью), но и высказывает также своё мнение, то есть является полноправным участником разговора.

⁷⁰ Виноградов С.И., Платонова О.В. Общая характеристика средств массовой информации // Культура русской речи / Отв. ред. Л.К. Граудина, Е.Н. Ширяев. М., 2006. С. 238-239.

⁷¹ Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2006. С.81.

Обзор СМИ – жанр, знакомящий аудиторию с материалами СМИ (например, по какой-либо теме), анализирующий эти материалы.

3) **Художественно-публицистические жанры** – «писательская» журналистика, для которой характерна художественная образность, эмоциональность, глубина авторского обобщения действительности.⁷² К числу художественно-публицистических жанров принадлежит, например, очерк.

Очерк – жанр, в котором журналист анализирует какую-либо актуальную общественную проблему и в качестве иллюстрации создаёт образы (портреты людей, описание природы, изложение событий), близкие по яркости и конкретности к художественным.

ЛЕКСИКА. НОМИНАТИВНЫЙ СТРОЙ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ

Информация публицистического текста очень разнообразна: как уже было сказано выше, темой публицистического произведения может быть любое явление, любой объект действительности (политика, наука, искусство, спорт, наша повседневная жизнь). Поэтому язык публицистики вбирает в себя самые разные языковые средства – от книжных (включая научную и официально-деловую терминологию) до разговорных и даже нелитературных (просторечие, жаргон). Очевидно, что в статье, посвящённой решению какой-либо научной проблемы, будут использоваться научные термины, а в статье, рассказывающей о нашей повседневной жизни, будет присутствовать разговорная лексика. Однако интересно, что в публицистическом стиле средства с различной стилистической окраской (книжные и разговорные) могут встречаться в пределах одного текста. Такой **полистилизм** придаёт тексту особую выразительность, нередко являясь средством создания иронического эффекта. При этом в целом публицистические тексты носят **книжный** характер, что проявляется не только в отборе лексических единиц, но и в использовании **книжных синтаксических конструкций** (причастные, деепричастные обороты и др.).

⁷² Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2011. С. 248.

Книжный характер публицистических текстов выражается и в том, что в них имя преобладает над глаголом, то есть для публицистического стиля, так же как и для других книжных стилей (официально-делового, научного), характерен **номинативный строй**.

Прочитайте фрагмент статьи, найдите в ней книжную и разговорную лексику (используйте комментарий). С какой целью в тексте «сталкиваются» слова с разной стилистической окраской?

Деловым партнёрам «рожицы не строят»

Незнание азов служебной переписки может сыграть с работником злую шутку, как несколько лет назад случилось с одной моей знакомой. Девушке, которая только устроилась на должность менеджера в одну известную компанию, было поручено кратко изложить и послать в другую не менее солидную фирму некое деловое предложение. Видимо, желая доказать свою **профпригодность**, сотрудница настолько увлеклась, что «накатала» несколько листов пафосного и весьма сумбурного текста, который был отправлен по факсу потенциальным партнёрам. Надо ли говорить, что те, кому были адресованы факсовые «простыни», даже не стали их читать, а просто выкинули их в мусорную корзину?⁷³

Комментарии

строить рожицы (разг.) – совершать мимические движения, выражая различные эмоции

азы (книжн.) – самые поверхностные знания

профпригодность (книжн.) – профессиональная пригодность

накатать (разг.) – написать



Среди многообразных лексических единиц, используемых в публицистических текстах, имеются слова, составляющие специфику публицистического стиля. К числу слов, типичных для языка публицистики, относятся:

⁷³ М. Павлова. Деловым партнёрам «рожицы не строят»// За Калужской заставой, 2010. 06. 24-30.

1) **специальная газетная профессиональная лексика:** *репортаж, корреспондент, интервью;*

2) **общественно-политическая лексика**, значительную часть которой составляют иноязычные заимствования и интернационализмы: *монополист, консенсус, дискриминация;*

3) **слова, закрепившиеся за языком газеты и являющиеся**, как правило, оценочными, эмоционально-экспрессивными. Это лексика не только книжная (*чаяния* – «надежды»), но и разговорная (*грызня* – «мелочная ссора») и даже просторечная (*заваруха* – «вызванный чем-либо беспорядок»). Эти слова «обладают высокой частотой повторяемости в публицистической литературе, ... употребление их в других сферах придаёт речи публицистичность».⁷⁴

«Специальное» публицистическое слово нередко можно узнать по характерной морфеме: частотны в языке СМИ слова с суффиксами *-иј-* (*-циј-, -ациј-*), *-изм* (демократия, инвестиция, ратификация, плюрализм), *-нича-* (прекраснодушиничать – «возвышенно-сентиментально относиться к жизни»), *-ици-* (*хлестаковицина* – «легкомысленное лживое хвастовство», от *Хлестаков*, фамилии героя комедии Н.В. Гоголя «Ревизор»), адъективированные причастия с приставкой *не-* (*несгибаемый человек* – «человек с твёрдым характером»), слова с приставками *ультра-, архи-, анти-* (*ультрасовременный, архиважный, антивоенный*).

ИНФОРМАЦИОННАЯ ФУНКЦИЯ

СМИ сообщают читателю, слушателю, зрителю информацию об окружающем мире. Информация, которая даётся в СМИ, должна соответствовать определённым требованиям: она должна быть **достоверной** (правдивой) и должна **адекватно, всесторонне и полно отражать действительность**

⁷⁴ Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012. С. 229.

(добро и зло в текстах СМИ должны присутствовать в той же пропорции, в какой они существуют в нашей жизни).⁷⁵

С информационной функцией публицистического стиля связана такая его особенность, как **фактологичность** – точное изложение фактов.⁷⁶ Фактологичность проявляется:

1) в использовании лексики, относящейся к разным областям знания и сферам деятельности;

2) в употреблении пассивных бессубъектных конструкций, акцентирующих внимание на факте: *Во время встречи были обсуждены вопросы сотрудничества двух стран;*

3) в характерности для публицистических текстов глаголов со значением передачи информации – *сообщать, передавать, заявлять* и т.п. (сообщая информацию, журналист указывает её источник, с тем чтобы адресат мог оценить степень её достоверности): *«Из-за установившейся жары в Центральной и Южной Якутии пожарная опасность считается очень высокой <...>», – сообщают в пресс-службе правительства республики.*⁷⁷

Сообщая информацию, журналист использует **стандартные выражения** – *клише* (*достичь договорённости, рабочий визит, разгон демонстрации*). Наличие языкового стандарта в публицистических текстах облегчает как сообщение, так и восприятие информации.

2) а) Скажите, с какими определениями часто встречаются в публицистических текстах данные существительные. Используйте материал для справок.

Критика, момент, оружие, развитие, участие.

⁷⁵ Более подробно см.: Виноградов С.И., Платонова О.В. Информационное поле и информационная норма в СМИ // Культура русской речи / Отв. ред. Л.К. Граудина, Е.Н. Ширяев. М., 2006. С. 248-253.

⁷⁶ Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012. С. 360.

⁷⁷ О. Липчинская. Якутия в огне: Пожары подступили к столице республики // Комсомольская правда, 2011.05.12. Нац. корп. рус. яз.

Для справок: решающий, активный, резкий, мощный, дальнейший.

б) Прочитайте предложения. Найдите в них клише, включающие сущительные из задания а).

1) Главной целью создания оркестра стало дальнейшее развитие лучших традиций отечественного и мирового оркестрового исполнительства. 2) Ватикан выступил с резкой критикой политики премьера, организовав многотысячные демонстрации в Мадриде. 3) Армейцы первыми забили гол и долгое время полностью владели преимуществом, однако в решающий момент «Интер» мобилизовал свои силы и победил, что называется, на классе. 4) Зато в крови во время приступов хохота активно начинают вырабатываться «гормоны счастья» – эндорфины, которые не только дарят нам положительные эмоции, но и служат мощным оружием против боли любого происхождения. 5) Недостаток сил и переменчивость настроения могут стать причиной нежелания идти на контакт и принимать активное участие в происходящих событиях.⁷⁸

3 Найдите клише в данных ниже предложениях.

1) В Москву вчера прибыл с визитом глава МИД Египта Ахмед Абуль Гейт. 2) В настоящее время ведутся переговоры с прокатными студиями, чтобы получить разрешение на показ, включает «Взгляд». 3) 7 мая 2000 года В.В. Путин официально вступил в должность главы российского государства. 4) Общественные организации страны обратились к премьеру Виктору Зубкову с просьбой сместить с поста директора Третьяковки Валентина Родионова. 5) Фильм получил признание не только в России, но и в Европе. 6) Герман Греф занимал

⁷⁸ Все контексты из: Нац. корп. рус. яз.: 1) 24 января // РИА Новости, 2008.01.24. 2) Еврокомиссары против Ватикана // РБК Daily, 2007.08.30. 3) К. Ярошин. Обмиссурились // (Труд-7, 2006.03.01) 4) Е. Ионова. То хохочем, то ревём. Может, дольше проживем? // Комсомольская правда, 2001.10.10 5) Не ищите виноватых // Известия, 2007.12.24.

руководящие должности в Комитете по управлению госимуществом питерской администрации.⁷⁹

4 Прочитайте текст, найдите в нём клише.

Владимир Путин прибыл в Индию с официальным визитом

Речь идёт об официальном визите президента России в Нью-Дели <...>

Одна из задач российского лидера – укрепить экономические связи между странами и заключить более 20 договоров, которые позволят увеличить объём двусторонней торговли. Прежде всего, планируется расширить сотрудничество в энергетической сфере <...>

Ещё одна важная сфера сотрудничества – это высокие технологии. К 2020 году Россия поставит в Индию до 100 пассажирских самолётов. Кроме того, страны планируют построить заводы по производству вертолётов Ка-226.

<...> Россия и Индия прекрасно осознают необходимость наладить особенно тесное сотрудничество и уйти от модели отношений «производитель-потребитель», сделав упор на совместном производстве. Всё это должно способствовать значительному росту объёмов двусторонней торговли.⁸⁰

ФУНКЦИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ

СМИ не случайно метафорически называют четвёртой властью (напомним, что первые три власти – законодательная, исполнительная и судебная). Журналист не только сообщает информацию, но и стремится воздействовать на взгляды и поведение адресата. С выполнением функции воздействия связаны такие особенности публицистического текста, как личный

⁷⁹ Все контексты из: Нац. корп. рус. яз.: 1) Дайджест российской прессы – 14 декабря // РИА Новости, 2007.12.14. 2) На Урале создана технология просмотра фильмов в объемном изображении // Новый регион 2, 2008.03.05. 3) 26 марта // РИА Новости, 2007.03.26. 4) Суд-арт // РБК Daily, 2007.12.03. 5) 26 сентября // РИА Новости, 2007.09.26. 6) Первые лица России и уголовные дела, в связи с которыми они упоминались // Новый регион 2, 2005.10.04.

⁸⁰ <http://pravdoryb.info/vladimir-putin-pribyl-v-indiyu-s-ofitsialnym-vizitom.html>

характер изложения, прямая обращённость к читателю, оценочность. Стремясь усилить эмоциональное воздействие на адресата, журналист придаёт публицистическому тексту **экспрессивность**, насыщая его эмотивными средствами, средствами выразительности. Экспрессия (выразительность) так же характерна для публицистического стиля, как и стандарт, эти два, казалось бы, противоположных явления органически сочетаются в публицистическом тексте. В.Г. Костомаров отмечает, что «конфликт экспрессии и стандарта» выступает «как общий признак газетных текстов».⁸¹

Мы уже знаем, как реализуется информационная функция публицистического стиля. Рассмотрим теперь особенности публицистического стиля, связанные с реализацией функции воздействия.

ЛИЧНЫЙ ХАРАКТЕР ИЗЛОЖЕНИЯ

Читатель с большим доверием отнесётся к информации и её оценке, если, читая статью, будет чувствовать присутствие автора. Мы готовы больше верить человеку, чем безличной информации, исходящей «неизвестно от кого». Присутствие авторского «я» в тексте сближает автора с читателем, а это, как отмечает Г.Я. Солганик, очень важно: значительная «степень близости автора с читателем – важнейшее качество автора-публициста. Для читателя очень важно знать, что автор – один из многих, такой же, как он... Это резко усиливает убедительность публицистического текста, его воздействующий потенциал».⁸² Поэтому для публицистического текста, в отличие от официально-делового и научного, типичен личный характер изложения:

Каждый раз, когда смотрю, как играет испанская «Барселона», я вспоминаю Бескова и понимаю: Константин

⁸¹ Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М., 1971. С. 90.

⁸² Солганик Г.Я. Автор как стилиобразующая категория публицистического текста // Солганик Г.Я. Синтаксическая стилистика. М., 2007. С. 207.

*Иванович культивировал этот волшебный, признанный сейчас лучшим в мире футбол ещё 30 лет назад. Он, как и положено творцу, опередил своё время и показал путь. В этом и была его миссия. Он выполнил её до конца.*⁸³

Степень выраженности авторского начала в публицистическом тексте может быть различной в зависимости от жанра: «жанр заметки не предполагает открытого проявления авторского присутствия, тогда как в жанре репортажа событие передаётся через восприятие его автором».⁸⁴

ПРЯМАЯ ОБРАЩЁННОСТЬ К АДРЕСАТУ

Стремясь оказывать воздействие на поведение адресата, журналист часто прямо обращается к читателю/слушателю/зрителю (*ты, вы* – в зависимости от того, какой стиль общения избирает журналист): *Главное, ты, читатель, всё равно узнаешь правду.*⁸⁵ *А куда бы вы, читатель, пожелали отправиться из унылой сентябрьской Москвы?*⁸⁶

Обращаясь к адресату, журналист нередко открыто побуждает его к каким-либо действиям (используются языковые средства, выражающие побуждение к действию): *Если цена на кассе отличается от обещанной ценником, не молчите! По закону продавец обязан продать вам товар по цене, указанной на ценнике, даже если она ниже реальной. Нашли подорожавший товар – сфотографируйте ценник на мобильник <...> и требуйте администратора или заведующую.*⁸⁷

5. Прочитайте фрагмент статьи. Найдите языковые средства, с помощью которых журналист прямо обращается к читателю.

⁸³ А. Вайнштейн. Великий постановщик // Известия, 2010.11.18.

⁸⁴ Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012. С. 361.

⁸⁵ Ю. Снегирёв // Известия, 2009.12. Нац. корп. рус. яз.

⁸⁶ С. Кузина, А. Монсеенко, А. Милкус. Как мы гнали дождь в Москву... // Комсомольская правда, 2002.10.28. Нац. корп. рус. яз.

⁸⁷ Т. Румянцева. Тверичанам рекомендуется проверять чеки не отходя от кассы // Комсомольская правда, 2009.03.24. Нац. корп. рус. яз.

Минута рубль бережёт

Вопрос «времясбережения» невероятно актуален практически для всех работающих жителей мегаполиса. <...> И главным условием успеха в решении данной проблемы является гибкость в подходах. Вот, например, как давно вы ездили на такси? А ведь порой это просто волшебная палочка! <...> Если на день у вас запланировано несколько важных мероприятий и везде нужно успеть – попробуйте заранее заказать такси.⁸⁸

ОЦЕНОЧНОСТЬ

Сообщая информацию, журналист даёт ей **оценку**. При этом он старается быть убедительным, добиваясь, чтобы читатель/ слушатель/ зритель согласился с этой оценкой. Чаще всего оценка выражается открыто – для её выражения используется оценочная лексика (*хорошо, плохо*), лексика эмоционально-оценочная (*махровый* – «проявляющий в самой высокой степени какое-либо отрицательное качество»: *махровый национализм*), а также слова с суффиксами эмоциональной оценки (*военищина*). Эмотивные средства несут в себе заряд экспрессии, благодаря их использованию оказывается воздействие на адресата.

6. Прочитайте фрагмент статьи, в которой рассказывается о праздновании Дня города в Москве. Как журналист оценивает описываемые события? С помощью каких языковых средств выражается оценка?

Будь красивой, столица!

В течение двух дней в Москве проходили праздничные мероприятия, не оставившие равнодушными никого, – это концерты, конкурсы, танцы и открытые уроки народных промыслов. Самые крупные праздничные площадки разместились по традиции в центре мегаполиса, но и на окраинах было

⁸⁸ Н. Студеникина. Минута рубль бережёт // За Калужской заставой, 2010.06. 24-30.

очень весело. Практически во всех районах состоялись выступления творческих коллективов, чаепития в уютных московских двориках, награждения «золотых» юбиляров и москвичей, внесших достойный вклад в развитие родного города, округа, района.⁸⁹



Даже в том случае, если журналист стремится создать впечатление полной объективности в подаче информации и не выражает оценку открыто, он подбирает факты и преподносит их таким образом, чтобы у адресата сложилось совершенно определённое мнение о полученной информации.

7. Прочитайте фрагмент сообщения о «круглом столе». Каким образом журналист создаёт впечатление, что мероприятие носило масштабный характер?

В ЦИК России завершила работу российско-монгольская выставка «От братства по оружию – к братству демократий»

24 марта 2015 года в Центризбиркоме на заседании «круглого стола» Общества друзей Монголии были подведены итоги работы российско-монгольской выставки «От братства по оружию – к братству демократий». В мероприятии приняли участие Председатель ЦИК России Владимир Евгеньевич Чуров, Чрезвычайный и Полномочный Посол Монголии в Российской Федерации Шухэр Алтангэрэл, Военный атташе Монголии Гончигсурэн Энхбаатар, представители Общества друзей Монголии, Фонда памяти полководцев, видные общественные и политические деятели, студенты российский вузов. <...> Также в заседании «круглого стола» приняли участие представители Государственного музея искусства народов Востока, Государственного центрального музея современной истории России, Российского государственного военного архива, Российского государственного военно-исторического

⁸⁹ Будь красивой, столица! // За Калужской заставой, 2010.09.

архива, Музея кочевой культуры, Центрального музея Вооруженных Сил Российской Федерации, Музея военной истории Монголии, Мемориального кабинета-музея Г.К. Жукова <...>, которые оказали большую помощь в формировании экспозиции выставки. <...>

Председатель ЦИК России В.Е. Чуров подвёл итоги работы экспозиции выставки. <...> В.Е. Чуров отметил, что всего на выставке было представлено 649 экспонатов, в том числе 121 наградной знак, 248 военно-исторических документов, 669 тематических фотографий. «За 20 рабочих дней выставки было проведено 23 экскурсии для учебных заведений и 10 презентаций. Выставку посетили 1027 человек. Средняя посещаемость составила более 100 человек в день», – подчеркнул Председатель Центризбиркома. <...>⁹⁰

Комментарии

ЦИК, Центризбирком РФ – Центральная избирательная комиссия Российской Федерации

Круглый стол – конференция, собрание в рамках более крупного мероприятия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Стремясь создать яркий, выразительный текст, журналист обращается к различным средствам выразительности: широко использует тропы, стилистические фигуры, остроумно переформулирует известные всем высказывания и даже придумывает собственные слова.

1) Тропы

Тропы – это образные выражения, речевые обороты. Для тропов характерно использование слов в переносном значении. Рассмотрим основные виды тропов.

⁹⁰ <http://www.cikrf.ru/>

Эпитет – экспрессивное, образное определение, характеризующее предмет или действие: *Однако в то сумбурное для нашего государства время ему удалось беспрепятственно скрыться за границей.*⁹¹ (Сумбурный: от слова *сумбур* – беспорядок, хаос).

Метафора – перенос названия одного предмета (признака, действия) на другой на основе их сходства. В основе метафоры лежит сравнение предметов, признаков, действий. Например:

море цветов (цветов много, они занимают много места и похожи на море, которое также занимает большую площадь);

тёплые отношения (признак «тёплый» воспринимается как приятный, хороший; соответственно, тёплые отношения – это хорошие отношения, такие же приятные, как что-то тёплое);

улыбка погасла (улыбка подобна свету на лице; когда улыбка исчезает с лица, это похоже на то, как гаснет свет).

Учёные установили, что в каждой культуре есть некоторый набор базовых, особенно актуальных явлений, предметов.⁹² С этими особенно актуальными явлениями, предметами сравниваются другие, менее важные явления и предметы – в результате возникают метафоры. В публицистическом стиле русского языка актуальны следующие темы метафор: важные моменты биографии человека, растение и его части, спорт, война, болезнь, машина, дорога, театр и некоторые другие.

8. Прочитайте предложения, объясните значение выделенных выражений, определите тему каждой метафоры.

- 1) Вчера Владимир Путин и председатель КНР Ху Цзиньтао *дали старт* акции под названием «Год Китая в России».
- 2) Ещё в 90-х годах эта идея *родилась* и пришла к нам из Лондона и Парижа.
- 3) Автомобильная промышленность, которую год назад многие эксперты уже успели *похоронить*, начала бурный *рост*.
- 4) Теперь <...> Крэйг *попал под огонь критики*

⁹¹ А. Синяков. Пойман, раскрыт, наказан // За Калужской заставой, 2010.06.24-30.

⁹² Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём. М., 2008.

со стороны своих однопартийцев. 5) Власти опасаются, что отмена льгот на «коммуналку» вызовет *взрыв* недовольства. 6) Тогда же не только впервые заговорили о рыночной экономике, но и реально появились *ростки* частного предпринимательства. 7) Медведев хоть и родился в Ленинграде, но *корни* его раскиданы гораздо южнее. 8) Сейчас же предлагается изменить политический *сценарий*, значит, и Россия должна пересмотреть свои позиции, что не самое приятное. 9) Правда, существующий законодательный *механизм* не работает: в документе чётко не прописано, кто должен отвечать за его исполнение. 10) Наша земля *больна*...⁹³



Помимо метафоры, в публицистическом тексте используются и другие тропы.

Метонимия – перенос названия с одного предмета на другой на основе их связи, например: *Москва встречает спортсменов* («место» – «люди, которые находятся в этом месте, связаны с ним»). *Нет русского, который не читал бы Пушкина* («писатель» – «произведение писателя»).

Сравнение – сопоставление одного предмета, признака, действия с другим: *Актриса, играющая главную роль, как две капли воды похожа на Ирину*...⁹⁴

Для выражения сравнения используются различные средства:

⁹³ Источники контекстов: 1) В. Михеев. Парить, как воздушный змей // Труд-7, 2007.03.27.17. Нац. корп. рус. яз. 2) Н. Локтева // Труд-7, 2006.09.06. Нац. корп. рус. яз. 3) А. Аронов. Миллионный автопром // Известия, 2010. 11.18. 4) Сенатор погорячился // РБК Daily, 2007.08.30. Нац. корп. рус. яз. 5) А. Полунин. Предупреждать надо // Труд-7, 2006.02.10. Нац. корп. рус. яз. 6) Возможность развития // Известия, 2007.12.24. Нац. корп. рус. яз. 7) Who is Mr. Medvedev? Интересные факты из жизни премьера // Новый регион 2, 2008.01.23. Нац. корп. рус. яз. 8) Станислав Белковский: вопрос об отмене украинских выборов будет решен в ближайшие дни // Новый регион 2, 2004.10.05. Нац. корп. рус. яз. 9) Б. Степовой. Тубдиспансер строгого режима // Известия, 2007.12.24. Нац. корп. рус. яз. 10) Сленг упрощает общение, но затрудняет понимание // РИА Новости, 2008.02.22. Нац. корп. рус. яз.

⁹⁴ 2 июля // РИА Новости, 2007.07.02. Нац. корп. рус. яз.

лексика: Облако *похоже на белый корабль* (подобно белому кораблю, напоминает белый корабль);

союзы: Облако *словно* (как, будто, как будто, точно) *белый корабль плывёт по небу*;

существительное (существительное с определением) в творительном падеже: *Облако белым кораблём плывёт по небу*.

Перифраз – описательный оборот, который заменяет прямое наименование: *царь зверей* (лев).

Ирония – насмешка над каким-либо явлением, когда автор говорит одно, а подразумевает прямо противоположное: *В конце матча какой-то умник швырнул на лёд здоровенную рыбку* <...>⁹⁵ (репортаж о хоккейном матче). В приведённом примере автор, называя умником человека, бросившего рыбу на лёд, имеет в виду прямо противоположное (едва ли умный человек во время хоккейного матча бросит на лёд рыбу).

⁹⁶ Прочитайте предложения. Определите тип выделенных тропов.

1) Кто же такой *умный* «наверху» предложил покончить с безработицей самым радикальным способом – просто *уморить* «лишних»? 2) Новое руководство НАТО взяло курс на «*пере-загрузку*» отношений с *Москвой*. 3) А *Белый дом* и *Кремль* ожидают кадровые изменения. 4) Наступление календарного лета и *неприветливая* уральская погода резко актуализировали тему отпусков. 5) Ограничить рост цен на *чёрное золото* может также и укрепление доллара. 6) Президент России Владимир Путин прибыл с официальным визитом в Индию.

⁹⁵ Фанаты кидались рыбой... // Советский спорт, 2004.04.15. Нац. корп. рус. яз.

⁹⁶ Источники контекстов: 1) В. Головачев, А. Починок. Есть вакансии с окладами до 40 тысяч рублей // Труд-7, 2001.01.30. Нац. корп. рус. яз. 2) К. Фокина. Зачем НАТО партнерство с Москвой // Известия, 2010. 11.18. 3) Правительство Зубкова до 2 марта будет отправлено в отставку // Новый регион 2, 2008.02.20. Нац. корп. рус. яз. 4) Новый регион 2, 2005.06.03. Нац. корп. рус. яз. 5) Цены на нефть продолжают расти // Комсомольская правда, 2007.12.27. Нац. корп. рус. яз. 6) www.pravdanews.info. 7) Д. Лесков. И на Москве-реке бывают штормы // Труд-7, 2007.06.15. Нац. корп. рус. яз.

11 декабря в Нью-Дели **российский лидер** проведёт встречи с премьер-министром страны Нарендрой Модии и президентом Пранабом Кумаром Мукарджи. 7) Вдруг, в одну секунду, из-за изгиба на реке на судно **тёмным облаком** навалилась буря: волны, **стена** из вихря и брызг...

2) Стилистические фигуры

Стилистические фигуры – это особые синтаксические построения, которые придают тексту выразительность. К числу стилистических фигур относятся следующие.

Риторический вопрос – вопрос, не требующий ответа, обычно по смыслу являющийся эмоциональным отрицанием: *«Великий диктатор», «Новые времена» – великие картины, которые потрясают, поднимают очень серьёзные вопросы о нашем мире. Разве возможно, что они снимались ради денег?*⁹⁷ (= Не может быть, чтобы эти фильмы снимались ради денег).

Риторическое восклицание – предложение с восклицательной интонацией, в котором автор выражает свои чувства: *В совокупности же рост цен приведёт к 3% инфляции. И это только в первый месяц года!*⁹⁸

Повтор: *Он защищал свой дом, дом, который назывался Россия.*⁹⁹

Парцелляция – деление предложения на части (на письме части отделяются друг от друга точкой, каждая часть начинается с заглавной буквы). При парцелляции каждая часть акцентируется, привлекает к себе внимание читателя:

⁹⁷ Я думаю, что роль писателя – беспокоить публику // РИА Новости, 2008.01.15. Нац. корп. рус. яз.

⁹⁸ А. Овчинников, А. Зюзяев. В январе подорожают спиртное, бензин и проезд по железной дороге // Комсомольская правда, 2007.12.28. Нац. корп. рус. яз.

⁹⁹ Сленг упрощает общение, но затрудняет понимание // РИА Новости, 2008.02.22. Нац. корп. рус. яз.

Участники первых инновационных проектов <...> уже до конца года смогут получить финансирование и начать их реализацию. **Пока в своих офисах.**¹⁰⁰

Инверсия – обратный порядок слов, который используется для того, чтобы придать высказыванию экспрессивность: *Сеть бань шаговой доступности планируется создать в Москве <...>.*¹⁰¹ Ср.: *В Москве планируется создать сеть бань шаговой доступности* (т.е. сеть бань, находящихся близко, в нескольких шагах).

Конструкция с именительным темой – подача информации, при которой сначала называется тема (именительный падеж существительного), а затем выстраивается предложение с местоимением, заменяющим существительное: *Счастье – оно в нас, а не вокруг да около.*¹⁰²

10. Найдите в следующих фрагментах статей экспрессивные средства¹⁰³.

1) Вратарская работа – она в хоккее другая, нежели у полевых игроков, нельзя сравнивать. 2) В Грузии говорят, что хорошие люди умирают от разрыва сердца. Потому что у них это сердце есть. 3) Скажу так: изобретатель – он на то и изобретатель, чтобы изобретать. О том, чтобы патентовать и оформлять изобретения, должны думать руководители предприятий. Чтобы им выгоднее было себя показать солидной фирмой с хорошим балансом. 4) Недавно звонил по делам в справочную службу

¹⁰⁰ Инноград обзавёлся мобильными телефонами // Известия, 2010.11.18.

¹⁰¹ Москвичи пойдут в баню пешком // Экстра М Юго-Запад, 2010.11.27.

¹⁰² Чаепитие в ледяном доме // Труд-7, 2002.12.31. Нац. корп. рус. яз.

¹⁰³ Все контексты из: Нац. корп. рус. яз.: 1) Играю и в хоккей, и в бизнес // Труд-7, 2007.09.12. 2) Бадри Патаркацишвили в воспоминаниях современников // РИА Новости, 2008.02.15. 3) Процесс оформления интеллектуальной собственности только начал // РИА Новости, 2008.02.11. 4) А. Гусев. Настоящий чиновник должен знать все про хобби своего будущего шефа // Известия, 2007.12.24. 5) М. Давыдова. Гладиаторы наших полей // Известия, 2006.06.29.

префектуры Восточного округа, а мне никто не ответил. Разве это правильно? Такие вещи надо исправлять.

5) О, спорт, ты мир! Какой, к чёрту, мир! Какое, к чёрту, искусство! Вы слышали когда-нибудь, чтобы люди, выходящие с самого дрянного, более того, самого агрессивного спектакля, шли жечь киоски, громить витрины и бить кому-нибудь морду? В футболе это может случиться после самой красивой и технически совершенной игры.

3) Окказионализмы в публицистической речи

Основным принципом словоупотребления в публицистическом стиле, как отмечает М.Н. Кожина, является нацеленность на новизну.¹⁰⁴ Стремясь сделать свой текст выразительным, ярким, оригинальным, журналист использует необычные сочетания слов: *факсовые «простыни»* («листы бумаги, на которых напечатано слишком длинное сообщение, преданное по факсу» – см. задание 1). Более того, автор публицистического текста может придумывать собственные слова – **окказионализмы**.

Окказионализмы нередко образуются по непродуктивным словообразовательным моделям или характеризуются каким-либо нарушением языковой нормы. Примером окказионализма является слово *ценопад*, которое, как должен догадаться читатель, имеет значение «снижение цен»: *Уж где-где, а в сфере услуг ценопад очевиден.*¹⁰⁵ Слово образовано по аналогии с существующими в русском языке словами *листопад*, *снегопад*. Нарушение нормы заключается в следующем: в образовании слов *листопад*, *снегопад* участвует мотивирующий глагол *падать* в прямом значении («устремляться вниз»). При образовании же слова *ценопад* мотивирующий глагол *падать* выступает в переносном значении («становиться меньше»).

¹⁰⁴ Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012. С. 350.

¹⁰⁵ В. Алексеев. В Барнауле ценопад: «муж на час» и такси стали дешевле // Комсомольская правда, 2008.11.28.

4) Прецедентные тексты в языке СМИ

В языке СМИ часто используются так называемые прецедентные тексты.

Прецедентные тексты – это имена, названия, высказывания, известные всем представителям данной культуры.

Прецедентные имена – это имена известных людей (выдающихся учёных, писателей, художников, композиторов и т.д.), имена героев художественных произведений, героев фильмов.

Прецедентные названия – это названия, связанные с широко известными текстами, фактами, названия произведений искусства т.п.

Прецедентные высказывания – это пословицы, поговорки, высказывания знаменитых людей, строчки из песен, цитаты из художественных произведений, кинофильмов, рекламных текстов и т.п.¹⁰⁶

С каждым прецедентным текстом связаны свои представления, ассоциации, эмоции. Для каждой культуры в определённый период характерны свои прецедентные тексты. Знание прецедентных текстов – один из важных показателей принадлежности человека к данной культуре.

Прецедентные тексты могут использоваться в публицистическом произведении в неизменённом виде, однако очень часто они видоизменяются, оставаясь при этом узнаваемыми. И читатель (слушатель) должен «отгадать», какой прецедентный текст имеет в виду журналист.

¹⁰⁶ Такое понимание прецедентного текста представлено в ряде работ – см., например: Лыткина И. В. Обучение студентов употреблению прецедентных текстов. Дисс. на соискание учёного ст. канд. пед. наук. М., 2003. Существует и другое, более узкое понимание прецедентного текста: Ю.Н. Караулов, введший понятие «прецедентный текст», включает в это понятие только собственно тексты (широко известные представителям данной культуры), причём тексты «полностью». Отдельные же фрагменты прецедентных текстов (имена, названия, цитаты), по Ю.Н. Караулову, являются «ярлыками» прецедентных текстов: эти «ярлыки» актуализируют в памяти участников коммуникации весь прецедентный текст. (Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 2010. С. 216-219).

11. Прочитайте фрагменты публицистических текстов и комментарии к ним. Найдите в текстах прецедентные имена, названия и высказывания. В каком виде представлен каждый из прецедентных текстов – в первоначальном или в видоизменённом?

1) Настроение каждого третьего уфимца по-прежнему портит квартирный вопрос <...> Восьми процентам не даёт покоя вечная проблема отцов и детей. 2) <...> Ирландцы своего великого соотечественника Джойса боготворят. Это их всё – ирландский Пушкин. 3) Максимум роста рынка <...> придётся на 2011 год. Массовый обвал будет продолжаться в течение 2-3 лет. Главной и единственной причиной спада <...> станет смена циклов – «война» и «мир». 4) Двое <...> получили по году и 10 месяцев. Два года на поселении – и девять жизней. Соразмерны ли преступление и наказание? 5) И именно о них сейчас стали писать романы. Онегины и Печорины нашего времени – это они. 6) Теперь в ходу другая формула успеха: тише едешь – дальше будешь.¹⁰⁷

Комментарии

уфимец – житель города Уфы

Это их всё – журналист отсылает читателя к прецедентному тексту – известному высказыванию русского писателя, литературного и театрального критика XIX века А.А. Григорьева: «Пушкин – наше всё».

12. Познакомьтесь с прецедентными текстами и их изменёнными вариантами, представленными в заголовках статей. Предположите, о чём

¹⁰⁷ Все контексты из: Нац. корп. рус. яз.: 1) Д. Петрова. Больше половины жителей столицы недовольны своими доходами // Комсомольская правда, 2011.04.17. 2) Шумаков А. Ирландец О'ртемьев. Василий Артемьев, прошедший регбийную школу в Ирландии, стал первым русским в чемпионате Англии // Советский спорт, 2011.03.16. 3) Екатерина Попова. Эксперты советуют: срочно избавляться от всех ценных бумаг // Новый регион 2, 2011.03.28. 4) Н. Островская. Пожар в Сбербанке Владивостока: Девять человек погибли из-за поджога? // Комсомольская правда, 2007.10.30. 5) В. Львова. ГлаМУРА, или Властелины Садового кольца // Комсомольская правда, 2006.06.19. 6) Вы ждали большего? // Советский спорт, 2010.05.11

может говориться в статьях с такими заголовками (соотнесите заголовки и краткие характеристики статей, данные справа). Как вы считаете, какого эффекта добивается журналист, изменяя прецедентные тексты?¹⁰⁸

1. Прецедентный текст:

Тише едешь – дальше будешь (пословица: «Результат будет лучше, если человек понапрасну не рискует»).

Варианты в СМИ:

1) Тише едешь – в центре будешь.

2) Тише идёшь или едешь – здоровее будешь.

3) Тише едешь – больше платишь.

А. Об изменении скоростного режима в Москве в зоне Бульварного кольца

Б. О законе, предусматривающем введение штрафа за слишком медленную езду

В. О гололёде

2. Прецедентный текст:

Денег много не бывает (пословица: «Чем больше у человека денег, тем больше он их тратит, так что денег никогда не бывает слишком много»).

¹⁰⁸ Источники контекстов:

- 1) <http://www.kommersant.ru/doc/2543958>
- 2) http://tvntv.ru/news/mountains_economy/tishe_idesh_ili_edesh_zdorovee_budesh.html
- 3) <http://www.kommersant.ru/doc/2457661>
- 2.1) <https://zdavo.by/article/5236/ovoshchey-slishkom-mnogo-ne-byvaet>
- 2) <http://www.myjane.ru/articles/text?id=12856>
3. 1) <http://www.kommersant.ru/gallery/2309142>
- 2) <http://www.vz.ru/economy/2013/10/7/653719.html>
4. 1) <http://kommersant.ru/doc/2664843>
- 2) <http://www.kommersant.ru/doc/1400279>
- 3) http://www.1tv.ru/sprojects_utro_video/si33/p90059/pg26

Варианты в СМИ:

- | | |
|------------------------------------|-----------------------|
| 1) Овощей слишком много не бывает! | A. О моде |
| 2) Сумок много не бывает. | Б. О здоровом питании |

3. Прецедентный текст:

Ни рыба, ни мясо (поговорка: о неярком, невыразительном человеке).

Варианты в СМИ:

- | | |
|--------------------------------|--|
| 1) Ни рыбу, ни мясо | A. О вегетарианцах |
| 2) Ни рыба, ни мясо, ни молоко | Б. О недостаточно хорошем качестве некоторых продуктов питания |

4. Прецедентный текст:

Пришёл, увидел, победил (знаменитые слова Гая Юлия Цезаря, в которых он кратко сообщил о своей победе).

Варианты в СМИ:

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| 1) Пришёл, увидел, отступил. | A. О военных действиях |
| 2) Пришёл, увидел, запретил. | Б. О квартирных кражах |
| 3) Пришёл, увидел, обокрал. | В. О действиях чиновников |



Использование прецедентных текстов в публицистике

1) **повышает художественные достоинства публицистического текста, усиливает его выразительность, делает текст более интересным для адресата;**

2) **обогащает публицистический текст, активизируя «дополнительные» знания, ассоциации, эмоции читателя/ слушателя (эти дополнительные знания, ассоциации, эмоции называют **вертикальным контекстом**);**

3) **сближает автора и читателя/ слушателя, подчёркивая их принадлежность к одной культурной среде;**

4) **демонстрирует остроумие журналиста, служит средством создания **комического эффекта**.**

Ёмко и живо об изменённых прецедентных текстах написал М. Кронгауз: «В чём смысл такой игры? Предполагается, что собеседники должны опознать цитату и понять, ради чего её исказили. Это напоминает двойное подмигивание. Первый раз: «Ну, что, узнал?» И второй: «Смотри, что я с этим сделал, сейчас будет смешно!» Само клише, таким образом, привлекает внимание и одновременно является тестом на «свой-чужой», а игра с ним, по замыслу говорящего, должна вызвать юмористический эффект...».¹⁰⁹

13. Анализ текста. а) Познакомьтесь с комментариями к публицистическому тексту, который вам предстоит прочитать.

приватизация – переводение материальных ценностей в частную собственность

мораторий – запрет (политический термин)

памятник регионального значения – памятник, известный в пределах региона

памятник федерального значения – памятник, известный всей стране, представляющий большую ценность.

¹⁰⁹ Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва. М., 2009. С. 142.

усадьба – дом с хозяйственными пристройками, принадлежащий дворянину

дворянское гнездо – от названия известного романа И.С. Тургенева «Дворянское гнездо»; понятие «дворянское гнездо» включает не только представление о постройках, усадьбе, но и представления о жизни, отношениях между людьми в этой усадьбе

давать зелёный свет – разрешать что-либо делать, содействовать чему-либо (ср.: зелёный свет светофора, разрешающий движение)

особняк – дом, полностью принадлежащий одному хозяину

Садовое (разг.) – Садовое кольцо в Москве (улицы, переходящие одна в другую, образующие незамкнутое кольцо)

варварский – бескультурный

изувечить – изуродовать, сделать некрасивым, больным (о человеке)

б) Прочитайте отрывок из интервью руководителя Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в области культурного наследия (речь идёт о том, допустима ли приватизация зданий, являющихся памятниками культуры). Найдите в тексте характерные признаки публицистического стиля.

Каждый памятник – это знак эпохи

– Говорят, в текущем году приватизация практически приостановлена...

– Никакого моратория на неё нет да, по сути, и не было. Никто, скажем, не ограничивал приватизацию памятников регионального значения. С 2002 года она была приостановлена только в отношении объектов федерального значения, которые таковыми были до 91-го года. Напомню, из 80 тысяч памятников только 23 тысячи имеют федеральное значение. В отношении остальных препятствий нет. <...> У меня большие сомнения в необходимости передачи федеральных памятников в частную собственность. Одно дело, если речь идёт о провинциальных усадьбах в регионах, куда у государства руки в ближайшее и неближайшее время не дойдут. Тут необходимо давать зелёный свет тем редким бизнесменам, кто действительно хочет вдохнуть вторую жизнь в заброшенные дворянские гнёзда. Другое дело – городская недвижимость. Не будем лу-

кавить: если кто-то хочет сегодня получить в собственность дом в столице, чаще всего это не из желания сохранить его и восстановить. Выдаёт их этаким нездоровый блеск в глазах: «Хочу особняк в пределах Садового!» А потом всё перерастает в крайне неприятные случаи варварского отношения к памятникам вроде изувеченного хозяйкой дома на Таганке.¹¹⁰

14. Творческое задание. а) Прочитайте текст. Окажет ли такой текст воздействие на читателя? Почему вы так считаете?

б) Напишите на основе текста статью в газету, сохранив содержание текста, но придав ему выразительность, характерную для публицистики. При желании можете использовать материал для справок.

Проблема экологии, защиты окружающей среды стоит сегодня очень остро. В городах вырубают деревья, чтобы расчистить место для строительства ещё одного дома в уже обжитом районе. Жители пытаются спасти зелёные насаждения, и иногда это удаётся. Однако этого недостаточно. Нужно не только пытаться сохранить уже имеющиеся деревья, но и сажать новые. Было бы хорошо, если бы первоклассники в свой первый школьный день сажали деревья. Это была бы очень хорошая традиция. Воздух в городе стал бы намного чище, и мы сами стали бы лучше.

Для справок: земля больна, нуждаться в помощи и защите, безжалостно вырубать, втиснуть ещё одну каменную коробку, островок зелени рядом с домом, посадить деревце своими руками, земля помолодела бы, нравственная атмосфера.

ДИНАМИКА НОРМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ

Публицистика – зеркало общественной жизни. Меняется наша жизнь – меняется публицистика. В СССР, как и в любом тоталитарном государстве, существовали идеологические ограничения, накладываемые на информацию, допускаемую в СМИ, и на её оценку. В результате все газеты были «на одно

¹¹⁰ Каждый памятник – это знак эпохи // За Калужской заставой. 2009. 01. 22-28.

лицо»: в них освещались успехи социалистического строительства (положительная оценка), рассказывалось об изъятиях капиталистического общества (отрицательная оценка). «Стандартному» содержанию соответствовало и стандартное языковое оформление: язык СМИ подвергался жёсткому контролю и мог служить эталоном кодифицированного литературного языка.

В 90-е годы XX века произошёл распад Советского Союза, на месте единого тоталитарного государства возник ряд демократических государств, в том числе Российская Федерация. Демократизация общества нашла выражение прежде всего в свободе слова: не стало запретных тем, появилась возможность давать объективную, в том числе и негативную оценку явлений российской действительности. В российской прессе появилось огромное количество разоблачительных публикаций, критически оценивающих деятельность политических лидеров как в прошлом, так и в современной России. Наряду с публикациями критического характера появились публикации, характерной чертой которых стала **ирония**: в таких публикациях журналист не выражает активно ни своего восхищения, ни, наоборот, возмущения, а относится ко всему с сомнением, скептически. «Здесь автор надевает на себя маску ироничного, стороннего наблюдателя».¹¹¹ Хорошим тоном стало считаться объективное изложение фактов, не навязывающее читателю оценку, дающее возможность ему самому «во всём разобраться», сформировать своё мнение. Изменился и образ автора: на смену безликому, обобщённому *мы* пришло *я*, текст стал подлинно авторским. При этом авторское *я* объединяет в себе «я – частное лицо» (конкретный человек со своим характером, со своей биографией, личной жизнью) и «я социальное» (человек как член общества, выражающий определённую социальную позицию). Появление авторского *я* явилось следствием и отражением в прессе процесса демократизации общества: «это

был гигантский шаг вперёд – от коллективной безликости к личному мнению».¹¹²

Следствием демократизации информационной стала и демократизация языка СМИ. На страницы газет, на телевизионные экраны хлынула разговорная речь, воспринимаемая как естественная, свободная речь, противостоящая надоевшему всем официозу. Однако стремление представить в СМИ живую речь нередко приводит к другой крайности – насыщению речи жаргонизмами, сниженной просторечной лексикой. Многие читатели, зрители, слушатели сегодня обеспокоены вульгаризацией языка современных СМИ, считают её недопустимой.

15. Прочитайте тексты сообщений из киножурнала «Новости дня» и комментарии к ним. Сравните тексты: какая информация представлена, как она оценивается.

Текст №1. Новости дня. № 42, ноябрь 1974 г.¹¹³

(Выпуск новостей посвящён 57-летней годовщине революции 1917 г.)

У советских людей стало хорошей традицией отмечать революционные праздники трудовыми успехами. <...> Успешно трудились металлурги <...> Порадовали своими успехами труженики сельского хозяйства Поволжья, Урала, Северного Кавказа, чернозёмных и нечернозёмных областей Российской Федерации, Белоруссии и прибалтийских республик. <...> Неуклонно возрастал выпуск товаров народного потребления. За девять месяцев нынешнего года только тканей выпущено на 114 миллионов метров больше, чем за тот же период прошлого года. <...> Ярким выражением заботы партии и правительства о благе народа являются масштабы жилищного строительства, каких не знает ни одна страна. С хорошим настроением встретили трудящиеся нашей Родины годовщину Великого Октября.

¹¹² Клямкин И. Улица ведёт к храму. Цит. по: Солганик Г.Я. Синтаксическая стилистика. М., 2007. С. 205.

¹¹³ Киножурнал «Новости дня» / Хроника наших дней. 1974 №42.

¹¹¹ Солганик Г.Я. Автор как стилообразующая категория публицистического текста // Солганик Г.Я. Синтаксическая стилистика. М., 2007. С. 210.

Комментарий

Годовщина Великого Октября – годовщина революции 1917 г.

Текст № 2. Новости дня. Хроника наших дней. 1991 г.¹¹⁴

(Выпуск посвящён Б.Н. Ельцину – первому президенту РФ).

Судьба этого человека неувидительна и типична для своего времени. Сейчас ему 60 лет. Трудовую биографию, как многие его сверстники, начал юнком: пошёл в рабочие, был студентом, позднее занимал руководящие должности на производстве. Потом втянулся в партийную деятельность. Стал быстро продвигаться к вершинам партийной власти. <...> И вдруг – как обвал. Резкая критика в высших сферах партийной иерархии. Смещение с поста первого Секретаря МГК КПСС. Отказ XIX партийной конференции в просьбе реабилитировать. Член Политбюро Лигачёв бросает ставшей нарицательной фразу: «Ты неправ, Борис». Всё. Конец партийной карьеры. Точка. <...> В эти-то самые тяжёлые для него времена от ответом Лигачёву и заодно отрицанием распространённого тогда лозунга «Народ и партия едины» становится рождённое в людской массе <...> «Народ и Ельцин едины». Изгой в партии получает беспрецедентное признание миллионов россиян. Много раз обманутый вождями народ сотворил себе нового кумира. Борис Николаевич Ельцин – народный депутат СССР, Председатель Верховного Совета Российской Федерации. Выход из партии сделал его имидж ещё привлекательнее. Беспартийный, он достигает высшей власти в республике – становится президентом России. 10 июля 1991 года в Большом Кремлёвском Дворце Съездов Б.Н. Ельцин вступает в должность.

Комментарий

обком – областной комитет

Политбюро ЦК КПСС – Политическое Бюро Центрального Комитета коммунистической партии Советского Союза

¹¹⁴ Киножурнал «Новости дня» / Хроника наших дней. 1991. №15 (Ельцин – первый Президент России).

МГК КПСС – Московский Городской комитет КПСС

изгой – человек, которого не принимает общество

Много раз обманутый вождями народ сотворил себе нового кумира: контекст отсылает к библейской заповеди: *Не сотвори себе кумира* – «Не восхищайся никем и ничем слишком сильно».

НЕУДАЧИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ

К числу неудач публицистического стиля относятся штампы. Штампы – это образные выражения, которые от слишком частого употребления утратили свою экспрессивность. Штампами, например, являются слишком часто используемые метафоры, сравнения, перифразы: *Сейчас самая горячая пора у тружеников полей: идёт битва за урожай*. Штампы не придают тексту выразительность, так как стали привычными, они нежелательны в публицистическом тексте.

Штампы следует отличать от клише (*прибыть с официальным визитом*). Использование клише не имеет целью повысить выразительность текста, их цель – облегчить подачу информации. Клише, в отличие от штампов, вполне закономерны в публицистическом тексте.

УСТНОЕ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

Устное публицистическое выступление – это выступление на митингах, собраниях, выступление по радио и телевидению на общественно значимые темы. Такое выступление может быть и монологическим, и диалогическим (например, при участии в дискуссии).

Составляя текст устного публицистического выступления, автор ставит перед собой определённую задачу: это может быть сообщение какой-либо информации, убеждение слушателей в чём-либо, побуждение слушателей к каким-либо действиям. Обычно сочетаются несколько задач, например: сообщить информацию и убедить. Иными словами, оратор стремится создать «действенный» текст – текст, который дол-

жен определённым образом воздействовать на слушателей. Каким образом создаётся такой текст?

1) Прежде всего, оратор продумывает **содержание** своего выступления. Главное требование к содержанию текста выступления – **истинность**. Текст должен отражать реальное положение дел, не искажать действительность. Ещё одно требование – **уместность**. Текст должен ориентироваться на конкретную аудиторию. Оратор должен учитывать уровень компетентности слушателей в том или ином вопросе, интересы, цели, жизненные установки людей, собравшихся в аудитории. Так, не стоит сообщать неспециалистам узкоспециальную информацию – слушатели не смогут понять и оценить её. Стремясь убедить слушателей в чём-либо, необходимо подбирать аргументы, актуальные для данной аудитории. Представим себе, что перед избирателями выступает депутат со своей предвыборной программой, причём собрались главным образом люди малообеспеченные. В данном случае важно продемонстрировать, как предлагаемая программа повысит уровень благосостояния граждан.

2) Для того чтобы выступление было хорошо принято аудиторией, важно не только тщательно продумать содержательную сторону текста выступления, но и правильно его **построить**. Основное требование к построению текста – логичность перехода от одной мысли к другой, от одной части к другой. Ораторский текст обычно имеет **трёхчастную композицию** и включает вступление, основную часть и заключение. При этом первая и последняя части должны быть особенно яркими: вступление начинает речь, оно должно привлечь внимание слушателей. Заключение также важно: именно последние слова остаются в памяти слушателей.

Вступление, помимо обращения к аудитории, может содержать указание на цель выступления, перечень основных его пунктов, сообщение о событиях, неизвестных аудитории, вопрос к аудитории, юмористическое замечание.

В **основной части**, в зависимости от целей выступления, сообщается информация, аргументируется высказанная точка зрения, звучит призыв к конкретным действиям.

Заключение может содержать краткое резюме (итог сказанного), указание на перспективы, ответ на вопрос, поставленный во вступительной части.

3) Наконец, **эффективность**, **действенность** выступления зависит от **языкового оформления**. Прежде всего, текст должен быть составлен **доступным языком**. Даже хорошо подготовленная аудитория (образованные люди) быстро устанет, если выступление изобилует терминами и объёмными книжными синтаксическими конструкциями (причастными и деепричастными оборотами, предложениями с большим количеством придаточных частей). Такая речь воспринимается на слух с трудом. Рекомендуется использовать недлинные предложения (до 15 слов), несложные синтаксические конструкции.

Успех выступления во многом зависит от наличия **контакта с аудиторией**: при хорошем контакте слушатель лучше воспринимает информацию, активнее следит за доводами оратора и скорее готов с ним согласиться. Налаживание и поддержание контакта с аудиторией осуществляется с помощью разных средств: это и обращения к аудитории, и вопросно-ответные единства, и объединение оратора и слушателей в единый субъект *мы* (*мы* совместности), и использование разговорных средств, которые уменьшают дистанцию между говорящим и слушающими, сближают оратора с аудиторией.

Доказано, что информация лучше воспринимается и запоминается, если она связывается с определёнными **эмоциями**. И.Н. Кузнецов, отмечая, что понимание фразы представляет собой перевод с языка слов на язык мысли, пишет: «Установлено, что сопровождение такого перевода эмоциями повышает эффективность запоминания мысли ... за счёт эмоциональной мотивации мыслительного процесса».¹¹⁵ Иными словами, слушая эмоциональную речь, которая вызывает в нас ответные эмоции, мы легче понимаем информацию и

¹¹⁵ Кузнецов И.Н. 100 самых эффективных приёмов в публичных выступлениях. Минск, 2011. С.433.

дольше удерживаем её в памяти. Эмоциональная речь обладает также большей силой убеждения, чем речь бесстрастная, и это понятно: в эмоциональной речи к доводам рассудка добавляется воздействие на чувства человека. Поэтому в устном публицистическом выступлении активно используются эмоциональные средства.

16. а) Прочитайте выступление на митинге против строительства мусоросжигательного завода в городе Мытищи. Обратите внимание на выделенные слова и выражения.

[Имя предыдущего оратора] очень **здорово**, очень хорошо сказала. Но я, разрешите, опять хочу вернуться к проблемам экологии – <...> той теме этого митинга, ради которой мы все собрались.

Я здесь в первый раз. И **я здесь** именно потому, что <...> душа, сердце болит за то, как **гибнет** город, **гибнут** Мытищи, и особенно наш семнадцатый микрорайон. Я хочу напомнить – это улица Колпакова, особенно её конец, который **неподалёку** от кабельного завода, **неподалёку** от так называемого Пироговского леса. Когда-то, около двадцати лет назад, когда мы поселились там, это был чудесный зелёный уголок. **Не было** <...> магазинов, **не было** школ, ни поликлиник – ничего. Но **был** свежий воздух, **была** природа, и мы, оказывается, были счастливы – мы **это** не понимали.

Сейчас наш микрорайон буквально **в кольце промышленных предприятий**. Вы не представляете, насколько **ужасный** воздух, какая **ужасная** экология у нас. **Это и** северная ТЭЦ, против которой боролись ещё двадцать лет тому назад, **это и** кабельный завод, который продолжает работать, **«Теплолюкс» прибавился**. Самое главное – это **вершина деятельности, творчества** нашей администрации – это разрешение на строительство пивоваренного завода, как они **хвалятся**, самого лучшего, крупнейшего в Европе. И ещё собираются строить <...> новый завод.

Я не знаю, **что будет** с нами, **что будет** дальше, когда все эти предприятия заработают. Уже сейчас очень трудно дышать.¹¹⁶

б) Проанализируйте текст выступления на митинге в Мытищах. Ответьте на вопросы.

1) Учитывает ли оратор уровень компетентности слушателей? Автор – житель одного из микрорайонов Мытищ и говорит прежде всего о проблемах своего микрорайона. Понятно ли, о чём идёт речь, тем участникам митинга, которые не живут в этом микрорайоне?

2) Какова композиция выступления?

3) Устанавливает ли оратор контакт с аудиторией?

4) Каково языковое оформление текста выступления? Объясните употребление выделенных слов и выражений.

¹¹⁶ <http://kiwi.kz/watch/btimzvmreew0/>

ЯЗЫК РЕКЛАМЫ

Вопрос о функционально-стилевом статусе рекламы сегодня остаётся нерешённым: одни исследователи относят рекламу к публицистическому стилю, другие выделяют рекламу в отдельную функциональную разновидность языка, есть также мнение, что реклама совмещает в себе черты разных стилей. В «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» даётся следующее определение рекламы: «Реклама... – текст, представляющий фирмы, товары, услуги и др. с целью привлечь внимание адресата, заинтересовать его, убедить в преимуществе рекламируемого объекта по сравнению с другими».¹¹⁷ Из этого определения видно, что реклама имеет те же функции, что и публицистика. Действительно, рекламный текст 1) сообщает информацию о товаре – о его наличии, о возможном месте его приобретения и т.п. (информационная функция) и 2) побуждает адресата приобрести данный товар (функция воздействия). В связи с этим есть основания считать рекламу разновидностью публицистического стиля.

Для рекламы характерно сочетание вербального компонента (текст) и невербальных компонентов (шрифт, изображение, музыкальное сопровождение, видеосюжет). Выбор невербального компонента зависит от материального носителя рекламы, в качестве которого могут выступать периодическое издание, радио, телевидение, Интернет, уличные щиты и др.

ТИПЫ РЕКЛАМЫ

Создатель рекламного сообщения стремится сделать рекламу яркой, оригинальной, убедительной. Возможны различные типы рекламы в зависимости от характера воздействия на адресата: реклама, апеллирующая к эмоциям адресата, реклама, апеллирующая к разуму адресата, реклама, апеллирующая к культурной традиции.¹¹⁸

¹¹⁷ Баженова Е.А., Протопопова О.В. Язык и стиль рекламы // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2006. С. 635.

¹¹⁸ Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур. М., 2007. С. 225.

Апелляция к эмоциям осуществляется различными способами: это (в зависимости от вида материального носителя) и привлекательный видеоряд, и музыка, и, конечно, собственно текст рекламы – он должен быть интересным, остроумным, запоминающимся. В рекламных текстах активно используются средства речевой выразительности (тропы, стилистические фигуры). Большинство рекламных объявлений содержит слоган – короткий и яркий рекламный девиз. Слоган может быть рифмованным: *Чисто идеально, и цена реальна!* (реклама стирального порошка), может содержать необычные, придуманные слова (окказионализмы): *Не тормози – сникерсни* (реклама шоколадного батончика «Сникерс», *сникерснуть* – окказионализм, имеющий значение *съесть «Сникерс»*). Характерен для рекламы каламбур – игра слов, «преднамеренное использование языкового средства таким образом, чтобы его нельзя было понять однозначно».¹¹⁹ Каламбур может быть основан на сходном звучании, написании разных слов, а также может строиться на разных значениях одного и того же слова. Рассмотрим, например, каламбур в рекламе, побуждающей приобретать определённое средство от простуды: *Порви с простудой! Всыпь простуде! Помешай простуде!* Рекламный ролик выглядит следующим образом.

1. Перед телезрителями на экране появляется пакетик с порошком, который надрывают сверху («рвут»). Идёт словесный комментарий: «*Порви с простудой!*» Каламбур основан на разных значениях глагола *рвать* / *порвать* – прямом и переносном:

1) *порвать* (что) – «разделить что-либо на части резким движением»;

2) *порвать* (с кем, разг.) – «прекратить отношения с кем-либо, перестать быть связанным с кем-либо».

Итак, когда мы *рвём* (надрываем) пакетик, мы «*рвём*» (прекращаем отношения) с простудой.

¹¹⁹ Сидорова М.Ю., Савельев В.С. Русский язык и культура речи. М., 2002. С. 303.

2. Реклама продолжается: порошок из пакетика насыпают в стакан с водой, звучит комментарий: «*Всыпь простуде!*» Каламбур опять основан на многозначности – в данном случае, на многозначности глагола *всыпать*:

1) *всыпать* (что во что) – «насыпать что-либо в какую-либо ёмкость»;

2) *всыпать* (кому, разг.) – «наказать, побить кого-либо». Адресата призывают *всыпать* (насыпать) порошок в стакан с водой и тем самым «*всыпать*» простуде, наказать её.

3. Появляется следующий кадр: в стакане мешают ложкой, растворяя порошок в воде. Текст: «*Помешай простуде!*» В данном случае в основе каламбура – явление омонимии:

*помешать*¹ (что) – «перемешать что-либо при помощи ложки или чего-либо подобного»;

*помешать*² (кому) – «стать помехой, препятствием в чём-либо».

Таким образом, когда мы мешаем¹ ложкой в стакане, растворяя лекарство в воде, мы «мешаем»² простуде, останавливаем её. Текст призывает адресата дать простуде отпор (*порвать* с ней, *всыпать* и *помешать* ей), а видеосюжет демонстрирует действия, необходимые для этого (*порвать* пакетик, *всыпать* порошок в стакан с водой, *помешать* раствор порошка ложкой). Автор рекламы рассчитывает, что телезритель оценит остроумную рекламу, получит положительные эмоции, перенесёт положительное отношение на рекламируемый товар и именно это средство от простуды купит в аптеке, если заболит.

Часто встречается и другой тип рекламы, апеллирующий к разуму адресата. В этом случае приводятся различные аргументы, призванные убедить адресата в преимуществах рекламируемого товара. В рекламе рассказывается, как работает различная бытовая техника, какое действие оказывают лекарственные препараты на организм человека и т.п. Такая реклама серьёзна и претендует на научный подход. Вот как, например, рекламируется пищевая морская соль: *Морская соль* [название] *образуется выпариванием чистой морской воды под воздействием солнца и ветра. Такой мягкий, естест-*

венный способ получения соли способствует сохранению в ней всех минералов и микроэлементов, которые придают морской соли своеобразный вкус и аромат (реклама на упаковке морской соли).

Наконец, реклама может апеллировать к культурной традиции. В этом случае реклама опирается на стереотипные представления, обычаи, систему ценностей, принятые в определённой культуре, на её истоки – фольклор. Составители рекламы обращаются к народным традициям и знаниям (опыт, который пришёл от дедов и отцов, оценивается положительно – ведь это опыт, проверенный веками). К русской культурной традиции апеллирует, например, такая реклама: *На Руси издавна лучшие сорта коровьего масла получали из свежих сливок, наполненных ароматом заливных лугов. Продолжая традиции отечественного маслоделия, мы тщательно отбираем сырьё и строго контролируем каждый этап изготовления масла сливочного* (реклама на упаковке сливочного масла).

1. Прочитайте рекламные тексты, определите, к чему апеллирует каждый рекламный текст. Найдите в каждой рекламе слоган, охарактеризуйте используемые стилистические средства.

Текст № 1. Реклама зубной щётки

Зубная щётка Oral-B 3D White Жемчужная. Её супермягкие щетинки вибрируют и удаляют налёт, чтобы подарить вам жемчужную улыбку.

Oral-B. Рекомендация стоматологов номер 1 в России.

Текст № 2. Реклама зубной пасты и зубной щётки Colgate

Есть просто белое, а есть белоснежное. Для ослепительно белой улыбки Colgate приглашает вас в захватывающий белоснежный мир Colgate МаксБлеск. Кристально прозрачный гель с тысячами отбеливающих пластинок.

Твоя белоснежная улыбка восхищает!

Colgate МаксБлеск. Белое в моде!

А теперь, попробуй новую зубную щетку МаксБлеск с полирующей звездой. Для ещё более белоснежной улыбки, которая расскажет о тебе всё! Colgate МаксБлеск.

Colgate. Рекомендация стоматологов.

Текст № 3. Реклама стиральной машины Indesit

Представьте высокотехнологичную стиральную машину, которая сама экономит воду, электричество и время. Представьте, что всё это координирует мощная сенсорная система.

Indesit. Система эффективных технологий.

Текст № 4. Реклама кваса «Русский дар»

«Русский дар». Прозрачная свежесть родников, хлеб ржаной, бодростью налитой, да клюква северная – ягода, что всех других полезней. Летом освежает, зимой здоровье и силу богатырскую даёт. С натуральным соком клюквы.

Вековые традиции крепкого здоровья в квасе «Русский дар. Клюква».¹²⁰

2. Прочитайте два рекламных текста, составленных студентами. Оба текста рекламируют корейское блюдо «бибимбап» с позиций носителей разных культур – корейской и русской. Найдите в каждом рекламном тексте культурную составляющую.

¹²⁰ Источники контекстов:

1) <http://www.telead.ru/oral-b-pearl.html>

2) <http://www.telead.ru/colgate-toothpaste-toothbrush.html>

3) <http://www.telead.ru/indesit-inside.html>

4) <http://www.telead.ru/russian-present.html>

Бибимбап: реклама «по-корейски»

Вы никогда не были в Корее? Хотите знать о Корее всё? Тогда попробуйте корейское национальное блюдо «бибимбап»! Корейцы говорят, что в этом блюде есть всё: корейские горы и реки, корейские храмы и дворцы, чувства и сила корейцев. Попробуйте бибимбап – и вся жизнь Кореи предстанет перед вами!

Бибимбап: реклама «по-русски»

Русские говорят: «Щи да каша – пища наша». Все любят то, к чему привыкли. Но, если вам захочется чего-то нового и необычного, попробуйте национальное корейское блюдо «бибимбап»: мясо, овощи, травы, специи – всё это делает вкус бибимбап особенным и незабываемым. Бибимбап – это вкусно и полезно. Попробуйте бибимбап! Новый вкус – новые впечатления!

3. Творческое задание. Составьте рекламу вашего национального блюда, включив в рекламу культурную составляющую (это может быть пословица, поговорка, упоминание какого-то национального обычая, праздника и т.п.).

РЕЧЕВОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ В ТЕКСТЕ РЕКЛАМЫ

Пытаясь «продвинуть» свой товар на рынке сбыта, производитель использует все возможные средства, в том числе и не вполне корректные. К числу последних относится **речевое манипулирование** (манипуляция) – вербальное, речевое воздействие на человека с целью побудить его совершить действия, выгодные манипулятору (т.е. выгодные тому, кто оказывает воздействие). При этом человек, являющийся объектом манипуляции, не понимает, что им манипулируют, и считает, что он сам принимает решение.

Речевое манипулирование характерно для публицистического стиля в целом, но удобнее рассмотреть его на примере небольшого по объёму рекламного текста.

Речевое манипулирование может осуществляться различными способами. Основные способы – это манипулирование информацией, использование паралогических риторических приёмов в манипулятивной функции, использование стилистических приёмов в манипулятивной функции.¹²¹

1) Манипулирование информацией

Манипулирование информацией – это:

- 1) **блокирование** информации (необходимая информация не сообщается);
- 2) **искажение информации** (неважное акцентируется, важная информация представляется как малозначительная);
- 3) **конструирование** (придумываются несуществующие факты).

Приведём пример искажения информации. На упаковке одного напитка даётся крупная красочная надпись: *Содержит апельсиновый сок*. В другой части мелкими чёрными буквами указан состав, в том числе содержание апельсинового сока – 3%. Таким образом, напиток действительно содержит апельсиновый сок, но в небольшом количестве. Информация о содержании сока искажена – подчёркнуто его наличие и по возможности «спрятана» (сделана труднодоступной – трудночитаемой) информация о его количестве.

2) Использование паралогических риторических приёмов в манипулятивной функции

Стремясь добиться нужного результата, манипулятор нередко сознательно нарушает законы логики. Риторические приёмы, построенные на сознательном нарушении логических законов, называются **паралогическими риторическими приёмами**.

Одним из таких приёмов является приём **мнимого следования**. Два предложения располагают рядом, контактно (пер-

вое описывает какую-либо ситуацию, требующую разрешения, второе содержит совет воспользоваться рекламируемой продукцией). Создаётся впечатление, что второе связано с первым отношениями обусловленности, хотя на самом деле это не так. Вот, например, фрагмент рекламы домашней одежды: *Среди подруг сльёте признанной модницей? Тогда вы уже наверняка приобрели себе чудесный домашний комплект.*¹²² Предложения расположены контактно, второе начинается с местоимения *тогда*, указывающего на связь между предложениями, на отношения обусловленности. Возникает ощущение, что все «модницы» покупают рекламируемую домашнюю одежду. Однако это не так. Из того, что женщина любит модно одеваться, вовсе не следует, что она непременно должна купить рекламируемую домашнюю одежду – существует огромное количество другой одежды.

Ещё один паралогический риторический приём – это **бездоказательное утверждение** (по законам логики тезис должен сопровождаться доказательствами – аргументацией). Примером такого бездоказательного утверждения является надпись на бутылке минеральной воды: *Природа наделила [название минеральной воды] исключительными свойствами. Мы хотим сберечь их* <...>. В рекламной надписи не уточняется, какими именно исключительными свойствами обладает рекламируемый продукт, утверждение является бездоказательным.

3) Использование стилистических приёмов в манипулятивной функции

В манипулятивных целях могут использоваться различные языковые средства, стилистические приёмы, призванные произвести нужное впечатление на адресата.

Одним из таких приёмов является приём **«нагруженного языка»**, когда в тексте используется слишком много ка-

¹²¹ Копнина Г.А. Речевое манипулирование. М., 2008.

¹²² Отдохни, 2011.7.01.

ких-либо языковых средств. Эти средства не являются необходимыми: они не вносят никакой существенной информации, а используются только для оказания нужного воздействия на адресата.

1) В тексте рекламы может присутствовать большое количество слов, характеризующихся **положительной оценкой**: *Тщательно составленный из высококачественных верхних листочков чайный букет <...> дарит вам чашку восхитительного чая. <...> Этот чай идеально сочетает в себе яркий настой, нежный аромат и благородный мягкий вкус* (реклама на упаковке чая). Все выделенные определения неинформативны, они употребляются исключительно с целью вызвать положительное отношение к рекламируемому продукту у потребителя.

2) Реклама может содержать чрезмерное количество **терминов**: *Благодаря технологии непрерывного высвобождения Витамин С поступает в кожу в течение всего дня. Под действием Витамин С и Пептида количество активных клеток, вырабатывающих поддерживающие волокна кожи, увеличивается. Синтез коллагена и эластина усиливается. Морицины разглаживаются* (реклама крема для лица).¹²³ Человек, не имеющий специального образования (а реклама адресована массовому потребителю, а не специалистам) не знает значения всех терминов, присутствующих в рекламе, однако у него создаётся впечатление, что перед ним авторитетный научный текст. В результате потребитель положительно и «всеерьёз» воспринимает и рекламный текст, и рекламируемый продукт.

3) Ещё один способ «нагрузить» текст рекламы – **повтор**. Повтор не вводит никакой новой информации, в рекламе повтор является средством внушения: *[Название сорта кофе] – это лучший выбор для тех, кто отдаёт предпочтение кофе с прекрасным <...> вкусом <...> Специальная умеренная обжарка делает вкус этого кофе нежным и мягким. Кофе [на-*

звание сорта] завораживает своим изысканным вкусом и удивительным ароматом (реклама на банке кофе).

В тексте рекламы повторяется слово *вкус* в сочетании с различными определениями, содержащими положительную оценку, благодаря чему адресату внушается, что перед ним необыкновенно вкусный кофе.

4. Прочитайте рекламные тексты. Обратите внимание на выделенные фрагменты. Какие манипулятивные приёмы использованы в данных текстах?

Текст № 1. Реклама средства для бровей и ресниц

Уникальное средство [название] было разработано американскими учёными в 2009 году. *Одно из немногих* средств в мире, способствующее *росту ресниц и бровей*. Благодаря специальной *уникальной* запатентованной формуле Ваши ресницы через несколько дней будут *длиннее*, гуще, сильнее. <...> Ваши ресницы и брови <...> станут более шелковистыми и *длинными*.

Текст № 2. Реклама стиральной машины

Стиральная машина [название] создана специально для того, чтобы служить вам *долгие* годы. *Инверторный двигатель с прямым приводом* [название] обеспечивает *высокую стабильность работы при пониженном уровне шума и вибрации*. Уверенность компании [название] в *долговечности* прямого привода подтверждена 10-летней гарантией на систему [название]. Надёжность – это *надолго!*

Текст № 3. Реклама медицинского препарата

Постоянно чувствуете усталость? Вам поможет натуральный витаминизированный тоник [название], обеспечивающий организм живым биодоступным железом и витаминами.

¹²³ GalaБиография, 2010.03.

Текст № 4. Реклама пудры

Однажды взяв в руки пудру [название], вы уже не захотите с ней расстаться. Она просто *волшебная*. В состав этого средства входят оптические частицы, которые отражают свет особым образом – окружающие будут *в восторге* от вашей *идеальной* кожи.

Текст № 5. Реклама крема

Зимой кожа нуждается в питании и увлажнении. И каждой женщине хочется, чтобы эти процедуры были приятными. *А что может быть лучше магнолии и бергамота?* Только нежный крем для тела с добавлением этих масел.¹²⁴

¹²⁴ Источники контекстов: 1) Похудей! 2010.02. 2) GalaБиография, 2010.03. 3) Худеем правильно 2010.03. 4) Отдохни, 2011. 01. 07. 5) Отдохни, 2011. 01. 07.

ЯЗЫК ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Мы рассмотрели особенности разговорного, официально-делового, научного, публицистического стилей. Все эти стили, различаясь в экстралингвистическом и собственно языковом отношениях, объединяются общим признаком – наличием непосредственной связи с жизнедеятельностью человека. Художественная литература не связана непосредственно с человеческой жизнедеятельностью. Она относится к сфере искусства и удовлетворяет особые потребности человека – эстетические. Помимо коммуникативной, для художественной речи характерна *эстетическая* функция. С эстетической функцией связано, в частности, широкое использование в художественной речи выразительных средств: тропов, стилистических фигур. Мы легко отличим художественный текст от нехудожественного по тому воздействию, которое оказывает на нас художественный текст, по особому «*эстетическому переживанию*»,¹²⁵ по ощущению, что перед нами произведение искусства – искусства слова. Между художественным и нехудожественным текстами есть и другие различия.

Нехудожественный текст отражает (по возможности, объективно) *реальную действительность*, а художественный текст – *мир, созданный в воображении писателя*.

Нехудожественный текст строится по законам *логического* мышления, а художественный – по законам мышления *ассоциативно-образного*. Писатель, «пропуская» действительность через своё сознание, переосмысливает её и воссоздаёт в художественных образах. По определению Н.С. Валгиной, *художественный образ* – это способ «конкретно-чувственного воспроизведения действительности в соответствии с избранным эстетическим идеалом».¹²⁶ Как видно из определения, художественный образ конкретен, это не абстрактное понятие, а

¹²⁵ Энциклопедический словарь-справочник. выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочёты. / Под ред. А.П. Сковородникова. М., 2009. С. 192.

¹²⁶ Валгина Н.С. Теория текста. М., 2004. С. 124.

«картинка», изображение предмета. В художественной литературе средством создания образа является слово, воздействующее на воображение читателя. Художественный образ индивидуален: разные писатели создают разные образы одного и того же предмета. Например, для К. Бальмонта солнце – это символ праздничности, жизненности, а для Ф. Сологуба – символ всего иссушающего, мертвящего.¹²⁷ Субъективность, индивидуальность художественного образа определяется тем, что явления действительности вызывают у разных писателей разные ассоциации.¹²⁸ Различны и художественные средства, применяемые писателями для создания образа (использование тех или иных стилистических приёмов зависит от эстетических представлений писателя). **Образность** – основное отличительное свойство художественного текста.

Ещё одной характерной чертой художественного текста является **эмоциональность**. Художественная речь эмоциональна и вызывает эмоциональный отклик читателя: читатель не просто следит за действием, развивающимся в художественном произведении, а проникается настроением автора, радуется и страдает вместе с героями произведения. Эмоциональность в той или иной степени может быть свойственна и нехудожественному тексту, однако в художественном тексте она особенно важна и ярко выражена.

Таким образом, художественный текст существенно отличается от текста нехудожественного, художественная речь оказывается противопоставленной всем другим видам речи (разговорной, официально-деловой, научной, публицистической).

Вопрос о статусе художественной речи является дискуссионным: учёные не пришли к единому мнению в вопросе о том, следует ли считать художественную речь особым

¹²⁷ Валгина Н.С. Теория текста. М., 2004. С. 116.

¹²⁸ В том же случае, если восприятие явлений действительности оказывается у разных писателей сходным, возникают характерные и типичные образы: см. Справочник школьника: Литература / В.В. Агеносов, Т.Г. Кучина, А.В. Леденёв и др.; Под ред. В.В. Агеносова. М., 1999. С. 286.

функциональным стилем. Согласно одной точке зрения, художественная речь не является стилем: в художественной речи используются все средства национального языка, а значит, у неё нет своего «лица», своей специфики – особенностей, которые отличали бы её от других стилей. Согласно другому мнению, есть основания считать художественную речь функциональным стилем. Так, М.Н. Кожина отмечает, что, хотя в художественном тексте используются средства, характерные для других функциональных стилей, но они используются «в эстетической функции, а не в той, которую они выполняют в тех стилях, откуда взяты».¹²⁹ «Наличие эстетической функции у художественной речи как раз и составляет её специфику, на основе которой следует выделять художественную речь в особую функционально-стилевую разновидность», – пишет М.Н. Кожина.¹³⁰ Сегодня вопрос о статусе художественной речи сегодня остаётся открытым, он ждёт своего решения.

Мы в нашем курсе будем рассматривать художественную речь с точки зрения использования в ней средств национального языка. Нас будут интересовать средства стилистически и социально маркированные. В понятие «социально маркированные средства» мы включаем средства не только жаргонные и просторечные, но и диалектизмы: как отмечают Е.В. Пиневич и В.Ф. Стародубцев, «в настоящее время, когда охват сфер человеческой деятельности литературным языком значительно возрос (быт, наука, культура и т.д.), диалекты, естественно, становятся языком «простонародья», т.е. приобретают социальную маркированность».¹³¹

В эпических художественных текстах легко вычлениаются два типа речи: **речь повествователя** и **речь героев**. В качестве повествователя часто выступает автор – создатель художе-

¹²⁹ Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012. С.141.

¹³⁰ Там же. С. 142.

¹³¹ Пиневич Е.В., Стародубцев В.Ф. Социоллингвистика М., 2011. С. 79.

ственного произведения. Речь автора-повествователя и речь героев принципиально отличаются друг от друга.

1) Речь автора – это речь, как мы уже сказали, создателя художественного произведения. Речь героев – это речь вымышленных персонажей, «других людей» (не автора), оформленная как прямая речь. Т.Г. Винокур отмечает: «Для автора художественного произведения прямая речь – это ... речь «других людей», а не своя собственная».¹³²

2) С помощью речи автора развёртывается повествование о событиях. Речь героев – это речь самих участников событий.

3) Речь автора-повествователя индивидуальна, она отражает личные языковые навыки писателя, используемые в экспрессивных целях, для создания художественного образа. Речь героев отражает коллективные навыки: каждый герой, обладая определённым социальным статусом (происхождение, образование, возраст, род занятий и т.п.), представляет определённый социальный тип и должен говорить так, как обычно говорят представители этого социального типа. Писатель, опираясь на своё представление о том, как в реальной жизни говорят люди, принадлежащие к разным социальным слоям, создаёт стилизованные речевые портреты героев. Конечно, при этом писатель не просто копирует жизнь, а «через речь изображаемых им людей, общества, эпохи»¹³³ эстетически осмысляет действительность.

Итак, речь автора-повествователя и речь героев отчётливо противопоставлены друг другу, и, изучая использование языковых единиц в художественном тексте, мы должны отдельно рассматривать использование языковых единиц в авторской речи и использование их в речи героев. При этом следует сделать две оговорки.

1) Речь автора-повествователя не всегда легко отделить от речи героя: в так называемой несобственно-прямой речи (ко-

¹³² Винокур Т.Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц. М., 2009. С. 212.

¹³³ Винокур Т.Г. О содержании некоторых стилистических понятий. М., 2009. С. 95.

торая формально является речью повествователя) эти два вида речи слиты в единое целое: автор-повествователь как бы думает и говорит словами героя. Несобственно-прямая речь часто служит показателем близости авторской позиции к позиции героя, свидетельствует о том, что автор сочувствует своему герою, симпатизирует ему:

Полчаса спустя Николай Петрович отправился в сад, в свою любимую беседку. На него напали грустные думы. Впервые он ясно сознал своё разъединение с сыном; он предчувствовал, что с каждым днём оно будет становиться всё больше и больше. Стало быть, напрасно он, бывало, зимою в Петербурге по целым дням просиживал над новейшими сочинениями; напрасно прислушивался к разговорам молодых людей; напрасно радовался, когда ему удавалось вставить и своё слово в их кипучие речи (И.С. Тургенев «Отцы и дети»).

Выделенный фрагмент не является прямой речью, но мы понимаем, что автор – И.С. Тургенев – передаёт мысли своего героя, огорчённого отсутствием взаимопонимания с сыном: об этом свидетельствуют общая эмоциональность текста, создаваемая повтором слова *напрасно*, вводное слово *стало быть* («значит»), которое относится к рассуждениям героя, а не к авторскому повествованию о событиях. Как видно из приведённого примера, в несобственно-прямой речи авторская речь и речь героя составляют неразрывное целое, их «раздельный» анализ невозможен. Мы будем анализировать только такие текстовые фрагменты, где речь автора отделена от речи персонажа.

2) Повествование в художественном произведении может вестись не только от лица автора, но и от лица вымышленного повествователя, героя произведения. Очевидно, что в этом случае текст не может использоваться для выявления особенностей авторской речи.

Итак, рассмотрим с учётом вышесказанного, как используются стилистически и социально маркированные средства 1) в речи героев художественного произведения, 2) в речи автора-повествователя.

СТИЛИСТИЧЕСКИ И СОЦИАЛЬНО МАРКИРОВАННЫЕ СРЕДСТВА В РЕЧИ ГЕРОЕВ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ

В художественном произведении «живут» разные люди – образованные и малокультурные, эмоциональные и сдержанные, люди, представляющие самые разные слои населения, люди разного возраста и разных профессий. Все они попадают в разные жизненные ситуации, между героями существуют разные отношения. Соответственно, и речь художественных персонажей должна быть различной. Создавая речевые портреты героев, писатель использует различные средства национального языка:

а) в соответствии с **индивидуальными особенностями персонажа**,

б) в зависимости от **характера отношений** между героями, наличия большей или меньшей дистанции общения между ними.

а) Использование стилистически и социально маркированных средств для индивидуализации художественного образа

Стилистически и социально маркированные средства языка используются в художественной литературе для индивидуализации художественного образа, то есть для придания образу индивидуальных характеристик. Чтобы создаваемые образы персонажей были убедительными, жизненными, реалистичными, речь каждого героя произведения должна отражать его индивидуальные особенности (социальный статус и др.). Рассмотрим, какие это могут быть особенности и в каких языковых характеристиках эти особенности могут проявляться.

1) **Социальное происхождение, уровень образования:** в речи малообразованного жителя деревни вероятны диалектизмы, в речи малообразованного городского жителя – просторечие, для речи образованного человека характерны средства литературного языка.

2) **Возраст:** в речи молодёжи частотен жаргон, а речь представителей интеллигенции старшего поколения нередко имеет «старомодный» оттенок (например, в ней могут быть представлены выходящие из употребления формулы вежливости).

3) **Принадлежность героя к определённой социальной среде:** для деклассированных элементов (нарушителей закона, преступников) характерен жаргон.

4) **Профессиональная принадлежность:** в зависимости от профессии героя в его речи возможны термины, канцеляризмы, профессиональные жаргонизмы, тропы, стилистические фигуры.

5) **Эмоциональное состояние:** если герой взволнован, напуган, радуется, сердится т.п., в его речи могут присутствовать эмоционально-экспрессивные средства, а также различные тропы и стилистические фигуры (сравнение, ирония, повтор и др.).

6) **Намерение выглядеть определённым образом** (культурным, деловитым, простым в общении и т.п.) и тем самым добиться определённой реакции собеседника (расположить к себе, запугать, рассердить и т.п.). С этой целью могут использоваться различные маркированные средства. Например, если человек хочет казаться культурным, образованным, он стремится употреблять книжные средства.

1. Прочитайте отрывки из художественных произведений, обратите внимание на выделенные фрагменты (используйте комментарии). Охарактеризуйте речь литературных персонажей⁷.

а) За ужином 8-й «В» ел курицу с рисом и спорил, какую музыку поставить на дискотеке.

А потом началось... <...>

– Девочки, где фен? Кому я отдала свой фен?

– Алёна, дай мне ту подводку! *Эту* или *эту* кофту? А? *Эту? Или эту?* Скажи! – *Эту? Нет, я лучше другую.*

– Ой, какой *дезик*! Как он *клёво* пахнет! Ну, ты ведь! дашь мне побрызгаться? *Ну, пожалуйста! Ну, Катя!* <...> Всё, я побрызгалась, можешь забирать.

- Ну, это моя помада вообще-то...
- У тебя есть мусс? О, у тебя есть мусс! Почему же ты мне не сказала?!
- Прикинь, а я снова в этих джинсах...
- Любины туфли мне малы. Жень, дай твои!
- Нормально так? Нет, посмотри! Нормально так. Нет, я ужасно выгляжу, ужасно...
- У тебя мелирование? Где делала?
- А я, Татьяна Яковлевна, не пойду на дискотеку! Там так музыка гремит, кошмар! Я лучше тут посижу, с вами.
- (М. Чепурина «В подарок – чудо!»)

Комментарии

дезик (разг.) – дезодорант
 клёво (жарг.) – хорошо
 прикинуть (жарг.) – представить себе
 кошмар (разг.) – выражение отрицательной оценки по отношению к чему-либо
 Жень (разг.) – обращение (Женя)

- б) – Суть в том, – сказал старик, – что я окончил Московскую консерваторию. По классу композиции. Когда вернётесь в Москву, поклонитесь от меня Большому залу Консерватории и нашему знаменитому органу. Очень прошу вас!
- (К. Паустовский «Беглые встречи»)

- в) – Сходняк был по твою душу, кореш.
- Что говорили?
- Всякое... Будто ты Шамяля замочил, чтобы «капусту» в общак не отстёгивать...
- (В. Громов «Компромат для олигарха»)

Комментарии

сходняк (жарг.) – собрание
 кореш (жарг.) – товарищ
 замочить (жарг.) – убить
 капуста (жарг.) – деньги
 общак (жарг.) – общая касса у представителей преступного мира
 отстёгивать (жарг.) – отдавать часть денег

2. Прочитайте фрагменты художественных произведений, обратите внимание на выделенные фрагменты (используйте комментарии). На основе речевой характеристики предположите, кем могут быть герои по профессии.

- 1) Получите ваши документы и к следующему разу прошу привести ваше транспортное средство в порядок, товарищ водитель. (В. Кунин «Кыся»)
- 2) Ни до кого не доходила его ирония: «Наконец-то мы услышали доклад, где ясно сформулированы научные основы, опубликованные за последние двадцать лет в разных учебниках». (Д. Гранин «Иду на грозу»)
- 3) Гурмыжская. <...> Я надеюсь, что ты погостишь у нас.
- Несчастливцев. Два, три дня, не больше, если позволите.
- Гурмыжская. Что ж так мало?
- Несчастливцев. С меня довольно. Навестить родные кусты, вспомнить дни глупого детства, беспечной юности... Кто знает, придётся ли ещё раз пред вратами вечности...
- Гурмыжская. Не думаешь ли ты, что стеснишь меня? Напротив, я была бы очень рада!
- (А.Н. Островский «Лес»)

Комментарий

пред вратами вечности (книжн., высок.) – перед смертью

3. а) Прочитайте краткое изложение начала фантастической повести М.А. Булгакова «Собачье сердце».

Действие происходит в 20-е годы XX века, в постреволюционной России. Один из главных героев – профессор Преображенский, хирург с мировым именем. Преображенский продолжает работать при новой власти, но настроен по отношению к ней критически, так как считает «новых хозяев жизни» недостаточно культурными. Преображенский сделал уникальную операцию – пересадил собаке гипофиз (часть мозга) только что умершего человека. И собака превратилась в человека! Из собаки Шарика получился человек Шариков. Только профессор не учёл, что Клим Чугункин, гипофиз которого был взят для операции, был представителем социальных низов, трижды судился. В результате созданный человек унаследовал все худшие качества Клим

Чугункина (безнравственность, отсутствие культуры), да ещё и сохранил собачьи привычки, например гоняется за кошками. Профессор пытается воспитать новоявленного человека.

б) Прочитайте фрагмент повести (используйте комментарии). Обратите внимание на речевые характеристики героев.

— Что-то вы меня, папаша, больно утесняете,— вдруг плаксиво выговорил человек.

Филипп Филиппович покраснел, очки сверкнули.

— Кто это тут вам «папаша»? Что это за фамильярности! Чтобы я больше не слышал этого слова! Называть меня по имени и отчеству!

Дерзкое выражение загорелось в человечке.

— Да что вы всё... То не плевать. То не кури. Туда не ходи... Что ж это на самом деле. Чисто как в трамвае. Что вы мне жить не даёте?! И насчёт «папаши» — это вы напрасно. Разве я вас просил мне операцию делать? — человек возмущённо лаял. — Хорошенькое дело! Ухватили животную, исполосовали ножиком голову, а теперь гнушаются. Я, может, своего разрешения на операцию не давал. А равно (человечек возвёл глаза к потолку, как бы вспоминая некую формулу), а равно и мои родные. Я иск, может, имею право предъявить!

Глаза Филиппа Филипповича сделались совершенно круглыми, сигара вывалилась из рук. «Ну, тип», — пролетело у него в голове.

(М.А. Булгаков «Собачье сердце»)

Комментарии

папаша (прост., фамильярн.) — обращение к мужчине (не обязательно к отцу); в данном случае Шариков ощущает себя в определённом смысле «сыном» профессора.

больно (разг.) — слишком

чисто (прост.): *чисто как* — точно так же, как

животная (прост.) — животное

а равно и (канцеляризм) — а также

иск — документ, содержащий претензию, жалобу на кого-либо

в) Выполните задания; ответьте на вопросы.

1) Охарактеризуйте эмоциональное состояние Филиппа Филипповича. Чего он хочет добиться от Шарикова? Какие языковые средства использует?

2) Охарактеризуйте эмоциональное состояние Шарикова. Как оно отражается на его речи?

3) Найдите в речи Шарикова просторечные слова. Почему, создавая речевой портрет Шарикова, Булгаков использует просторечную лексику?

4) Найдите в речи Шарикова средства официально-делового стиля. С какой целью Шариков их использует, какую эмоциональную реакцию он хочет вызвать у Преображенского?

б) Использование стилистически и социально маркированных средств для характеристики отношений между героями

Стилистически и социально маркированные средства могут использоваться для характеристики отношений между героями, как показатель дистанции общения.

Если писатель хочет показать, что между героями существуют официальные отношения или что один из героев намеренно увеличивает дистанцию общения, то в речь персонажа вводятся книжные средства. Если же между героями, по замыслу автора, существуют неофициальные, дружеские отношения или один из героев хочет сократить дистанцию, придать общению непринуждённый характер, в речь героя вводятся разговорные средства. Проанализируем речевой портрет, который создаёт А.П. Чехов в рассказе «Толстый и тонкий». На вокзале случайно встречаются два бывших приятеля, которые когда-то учились вместе в гимназии. Один из них — «толстый», другой — «тонкий». При этом физическая характеристика каждого героя является одновременно как бы и показателем его благосостояния. «Тонкий» — небогатый мелкий чиновник, «толстый» — вполне обеспеченный человек, занимающий достаточно высокое служебное положение. Отноше-

ния между героями меняются на протяжении рассказа – точнее, меняется отношение «тонкого» к «толстому». Сначала он очень рад встрече со старым приятелем, оживлён, называет «толстого» уменьшительным именем (Миша) и на «ты», разговаривает со старым приятелем в непринуждённой, дружеской форме: в речи «тонкого» присутствуют разговорные средства (*Откуда ты взялся? Ну, да погляди же на меня хорошенько!*) и средства эмоционально-экспрессивные (*Батюшки! Ах, ты господи! Милый мой!*) Однако, когда «тонкий» узнаёт, что его бывший приятель дослужился до высокого чина, он начинает ощущать себя не приятелем «толстого», а нижестоящим чиновником. Теперь он обращается к «толстому» официально, как нижестоящий к вышестоящему: называет его «на вы», «ваше превосходительство», использует частицу -с (сударь): *Я, ваше превосходительство ... Очень приятно-с.* Речь «тонкого» становится книжной и даже приобретает экспрессию возвышенности: *Милостивое внимание вашего превосходительства ... вроде как бы живительной влаги.* «Толстый» пытается вернуть разговору прежнюю непринуждённость, но безуспешно: «тонкий» продолжает выражать почтение высокому чиновнику и унижаться. Чехов по-новому трактует традиционную для русской литературы тему маленького человека: его маленький человек не столько жалок, сколько смешон.

В рассмотренном примере речевая характеристика героя (разговорные средства – книжные средства) меняется в зависимости от того, как герой, по замыслу автора, оценивает свои отношения с собеседником (дружеские – официальные), какую дистанцию он устанавливает в общении (меньшая – большая).

СТИЛИСТИЧЕСКИ И СОЦИАЛЬНО МАРКИРОВАННЫЕ СРЕДСТВА В РЕЧИ АВТОРА-ПОВЕСТВОВАТЕЛЯ

В авторской речи могут использоваться различные стилистически маркированные средства литературного языка, средства речевой выразительности, а также средства, стоящие за

пределами литературного языка (просторечная лексика, жаргонизмы, диалектизмы). Вся эта разнообразная языковая палитра используется с разными целями.

а) Использование выразительных средств для создания эстетического эффекта

Представление об эстетической ценности художественного произведения связывается прежде всего с авторской речью. Действительно, создавая речевые портреты героев, писатель «заимствует» средства из других стилей («всё должно быть, как в жизни»). А в авторской речи проявляется художественное творчество писателя, реализуются его эстетические идеалы. Авторская речь обычно бывает образной, выразительной. Для создания эстетического эффекта писатель использует в авторской речи различные средства выразительности (тропы, стилистические фигуры).

Средств выразительности существует очень много. Есть специальные словари, в которых описываются выразительные средства языка (например, словари литературоведческих терминов). Некоторые, наиболее часто встречающиеся средства выразительности мы рассмотрели в разделе «Публицистический стиль» (напомним, что речь шла об эпитете, метафоре, метонимии, сравнении, перифразе, иронии, о риторическом вопросе, риторическом восклицании, повторе, парцелляции, инверсии, конструкции с именительным темой). В связи с анализом художественного текста мы охарактеризуем ещё четыре средства выразительности – олицетворение, гиперболу, синонимический повтор и антитезу.

Олицетворение – наделение неодушевлённого предмета свойствами человека или другого живого существа: *Вечор, ты помнишь, выюга злилась* <...> (А.С. Пушкин)

Гипербола – приём, в основе которого лежит чрезмерное преувеличение какого-либо качества: *Взъярённый, на заседание врываюсь лавиной* <...> (В. В. Маяковский)

Синонимический повтор – стилистическая фигура, основанная на том, что один и тот же предмет (явление, признак, действие, целая мысль) несколько раз называется по-разному, с использованием синонимичных средств: *Когда обед кончился, мать ласково и нежно погладила Санина по голове <...>* (М. П. Арцыбашев)

Антитеза – стилистическая фигура, построенная на контрасте, резко противопоставлении понятий: *Чёрный вечер. Белый снег.* (А. А. Блок)

4. Прочитайте фрагменты художественных произведений. Определите выделенные средства выразительности.

1) Под впечатлением последних событий <...> Аглаида Васильевна, *тысячу раз* читавшая все эти листы, на этот раз читала их с особенным, всё усиливавшимся впечатлением искренне верующей женщины (Н. Г. Гарин-Михайловский). 2) Они сошлись. *Волна и камень, // Стихи и проза, лёд и пламень* // Не столь различны меж собой. (А.С. Пушкин) 3) *И какой же русский не любит быстрой езды?* (Н. В. Гоголь) 4) Кто-то играл с чувством, хотя и неопытной рукою «Ожидание» Шуберта, и *мёдом разливалась* по воздуху *сладостная* мелодия. (И.С. Тургенев). 5) Ласточки летали высоко; ветер совсем замер; запоздалые пчёлы *лениво* и *сонливо* жужжали в цветах сирени; мошки толклись *столбом* над *одинокую*, далеко протянутою веткою. (И.С. Тургенев). 6) [Сергей] Не пошёл со всеми вместе – отделился, пошёл один. *Домой.* (В.М. Шукшин)

5. а) Прочитайте комментарий к рассказу Г.А. Скребицкого «Листопадник».

В рассказе писатель вспоминает, как однажды поздней осенью подобрал в лесу маленького беспомощного зайчонка (таких зайчат, родившихся поздней осенью, называют «листопадниками»). Зайчонку было бы трудно выжить в голом осеннем лесу, и автор взял его домой. Заяц всю зиму прожил в доме, он окреп и вырос, а весной писатель отпустил его в лес. История с зайчонком стала сюжетом первого рассказа

Г.А. Скребицкого. Рассказ является автобиографическим, он написан от лица автора.

б) Прочитайте фрагмент рассказа Г.А. Скребицкого «Листопадник». Найдите средства выразительности, с помощью которых автор создаёт образ осеннего леса, передаёт красоту природы.

Это случилось очень давно, полвека назад, когда я только начинал охотиться. На дворе была глубокая осень. Лес облетел, но дни стояли яркие, лучистые, с хрустящей от утреннего заморозка опавшей листвой, с лёгким серебром первого инея на голых ветках; того самого инея, который сразу исчезнет, как только выглянет солнце, и превратится в сверкающую капель.

б) Использование разговорных средств для установления контакта с читателем

Использование в авторской речи разговорных языковых средств создаёт эффект непринуждённого повествования, живого общения автора с читателем. Вот, например, фрагмент авторской речи из поэмы Н.В. Гоголя «Мёртвые души»:

Один бог разве мог сказать, какой был характер Манилова. Есть род людей, известных под именем: люди так себе, ни то ни сё, ни в городе Богдан, ни в селе Селифан, по словам поповицы. Может быть, к ним следует примкнуть и Манилова.

В приведённом фрагменте в речи автора используются разговорные средства: *один бог мог сказать* – «трудно было сказать», *так себе, ни то ни сё, ни в городе Богдан, ни в селе Селифан* – «ни хорошие, ни плохие». Эти разговорные средства способствуют интимизации повествования, сближению автора с читателем.

6. Прочитайте отрывок из романа А.С. Пушкина «Евгений Онегин». Найдите в нём разговорные средства. С какой целью они используются?

Гм! Гм! Читатель благородный,
Здорова ль ваша вся родня?
Позвольте: может быть, угодно
Теперь узнать вам от меня,
Что значит именно родные.
Родные люди вот какие:
Мы их обязаны ласкать,
Любить, душевно уважать
И, по обычаю народа,
О рождестве их навещать
Или по почте поздравлять,
Чтоб остальное время года
Не думали о нас они...
Итак, дай бог им долги дни!

(А.С. Пушкин «Евгений Онегин»)

в) Использование стилистически и социально маркированных средств для выражения авторской позиции

В художественном произведении может быть прямо выражена **авторская позиция** – отношение автора к различным жизненным явлениям, к описываемым событиям и их участникам. Вот как, например, оценивает своего героя, Чичикова, Н.В. Гоголь:

Итак, вот весь налицо герой наш, каков он есть! Но потребуют, может быть, заключительного определения одной чертою: кто же он относительно качеств нравственных? Что он не герой, исполненный совершенств и добродетелей, это видно. Кто же он? стало быть, подлец? Почему же подлец, зачем же быть так строгу к другим? Теперь у нас подлецов не бывает, есть люди благонамеренные, приятные <...> Справедливее всего назвать его: хозяин, приобретатель. Приобретение – вина всего; из-за него произвелись дела, которым свет даёт название не очень чистых. Правда, в таком характере есть уже что-то отталкивающее <...>

(Н. В. Гоголь «Мёртвые души»)

В приведённом фрагменте авторская позиция выражена открыто, в прямой оценочной форме.

Однако авторская позиция проявляется не только в прямых оценках (такие оценки могут отсутствовать – и часто отсутствуют в художественном тексте), но и в том, **как** автор описывает героя. Приведём несколько примеров.

1) Об авторской позиции свидетельствуют, например, **эмоционально-оценочные средства** (лексика, суффиксы эмоциональной оценки). Так, описывая помещика Манилова, Н.В. Гоголь, показывает, что герой смешон: он слишком сладкий, и отношения его с женой тоже слишком сладкие. Чересчур нежные – до смешного. Авторская ирония выражается в том, что при описании отношений супругов Маниловых используется большое количество уменьшительно-ласкательных суффиксов:

Жена его... впрочем, они были совершенно довольны друг другом. Несмотря на то, что минуло более восьми лет их супружеству, из них всё ещё каждый приносил другому или кусочек яблочка, или конфетку, или орешек и говорил трогательно-нежным голосом, выразившим совершенную любовь: «Ра-зинь, душенька, свой ротик, я тебе положу этот кусочек». Само собою разумеется, что ротик раскрывался при этом случае очень грациозно. (Н.В. Гоголь «Мёртвые души»)

2) Комический эффект имеет и **столкновение в одном контексте слов с разной стилистической окраской** – книжной и разговорной. Вот как Н.В. Гоголь описывает имя Манилова:

Для пополнения картины не было недостатка в петухе, предвозвестнике переменчивой погоды, который, несмотря на то что голова продолблена была до самого мозга носами других петухов <...>, горланил очень громко <...>

(Н.В. Гоголь «Мёртвые души»)

В приведённом отрывке представлены средства с разной стилистической окраской: книжные (для **пополнения картины**, не было недостатка, предвозвестник – «тот, кто предсказывает

что-либо») и разговорные (*продолблена* – «пробита», *горланит* – «громко кричал»). Образ «горланящего первозвестника» вызывает улыбку читателя, который чувствует ироническое отношение автора к обстановке, в которой живёт Манилов, а значит, и к самому Манилову.

3) Неодобрительное отношение к герою произведения автор может выражать, используя **разговорно-сниженную, просторечную лексику**. Так, в рассказе А.П. Чехова «Смерть чиновника» благодаря просторечному, сниженному слову *помер* мы чувствуем ироническое, неодобрительное отношение автора к герою – мелкому чиновнику, который умер от страха (причём абсолютно безосновательного) перед генералом:

Придя машинально домой, не снимая вицмундира, он лёг на диван и ... помер.
(А.П. Чехов «Смерть чиновника»)

4) А вот пример положительной авторской оценки. Герой рассказа В.М. Шукшина «Сапожки» Сергей, деревенский шофёр, купил жене дорогие красивые сапожки – совершенно бесполезный подарок, с точки зрения товарищей Сергея. В самом деле, зачем в деревне такие сапожки – не всё ли равно, в чём ходить по деревенским грязным дорогам? Сергей и сам понимает, что подарок непрактичный, но ему очень хочется доставить жене радость. Шукшину симпатичен герой, и в речи автора – человека, прекрасно владеющего литературным языком, – появляются диалектизмы:

Приехали в село к вечеру. Сергей ни с кем не подосвиданьялся... Не пошёл со всеми вместе – отделился, пошёл один. Домой. Клавдия и девочки вечерали.
(В.М. Шукшин «Сапожки»)

Использование автором диалектных языковых средств, характерных для героя произведения (*не подосвиданьялся* – «не попрощался», *вечеряли* – «ужинали»), свидетельствует о симпатии автора к герою, о близости авторской позиции к позиции героя: автор как бы смотрит на мир его глазами.

7. Прочитайте отрывок из романа Л.Н. Толстого «Война и мир». Каково отношение автора к героине (к Наташе Ростовой)? Откуда это видно?

Черноглазая, с большим ртом, некрасивая, но живая девочка, с своими детскими открытыми плечиками, выскочившими из корсажа от быстрого бега, с своими сбившимися назад чёрными кудрями, тоненькими оголёнными руками и маленькими ножками в кружевных панталончиках и открытых башмачках, была в том милом возрасте, когда девочка уже не ребёнок, а ребёнок ещё не девушка.

(Л.Н. Толстой «Война и мир»)

8. **Анализ текста.** Прочитайте рассказ К.Г. Паустовского «Парусный мастер». ¹³⁴ Ответьте на вопросы.

- 1) Где происходит действие?
- 2) Кем по профессии является главный герой? Есть ли потребность в этой профессии сегодня? Любит ли старик своё дело?
- 3) Какой заказ выполнял недавно парусный мастер?
- 4) Почему Фёдор Марченко старался изготовить паруса для фильма на самом высоком уровне?
- 5) Зачем парусный мастер едет в Ялту?
- 6) Как отнёсся режиссёр к предложению мастера исправить парус?
- 7) О чём просит Фёдор режиссёра? Зачем ему это нужно?
- 8) Почему режиссёр считает, что указывать имя парусного мастера в титрах нецелесообразно?

¹³⁴ Например, в издании: Паустовский К.Г. Собрание сочинений в 6 томах. Т. 4. М., 1958. Фрагменты рассказа приводятся далее в пособии по указанному изданию.

9) Как отнёсся матрос Низовой к разговору Фёдора с режиссёром?

10) Как Низовой относится к «ненужному» кораблю?

11) В чём Фёдор Марченко видит свою задачу сегодня, когда паруса уже не используются?

9. Охарактеризуйте речевые портреты героев рассказа на основе следующих фрагментов. Для этого ответьте на вопросы, выполните задания. Используйте комментарии.

а) **Фрагмент 1**

– А вы чем занимаетесь?
– Я парусным делом занимаюсь. Сорок лет шью паруса.
– Зачем же вам Жюль Верн?
– А затем, что наше дело погубило, – ответил старик. – Не стало парусного дела в республике. Дед мой работал для линейного флота. Так вшивал фалы, что самый здоровый шкипер не мог их оторвать на спор руками. Отец тоже всю жизнь старался, шил помалу паруса для трамбáков. Было это в стари-ковские времена. А теперь пошли пароходы, моторы – стук, гром, – об ветре теперь никто и не беспокоится! <...> Из парусных кораблей остался у нас один «Товарищ». Мы с ним вдвоём и бедуем, старики. А какой корабль! Как невеста! <...> Идёт «Товарищ», будто из снега, горит на волне, а пароходы ему сигналы поднимают: «Счастливого плавания старшему брату, последнему парусному кораблю».

Моряк усмехнулся.
– Думаете, я брешу? – рассердился парусный мастер. – Пусть береговые брежут, а нам, морским, брехать нет надобности! У нас и без брехни найдутся дела. <...>

Комментарии

линейный флот (спец.) – флот, состоящий из парусных кораблей определённого типа

фал (спец.) – верёвка для подъёма и спуска парусов

здоровый (прост.) – крупный, крепкого сложения

шкипер (спец.) – лицо, ответственное за имущество на корабле

на спор (разг.) – чтобы победить в споре

помалу (прост.) – понемногу, в небольших количествах

трамбак (спец.) – небольшой парусный корабль

стариковский – неправильное употребление слова в значении «давний» (в литературном языке слово *стариковский* имеет значения «принадлежащий старику», «как у старика»)

пойти (разг.): *пошли пароходы* – начать использоваться

бедовать (прост.) – бедствовать, жить в нужде и горе

подымать (прост.) – поднимать; *подымать сигналы* – подавать сигналы

брехать (прост.) – обманывать

брехня (прост.) – обман

Вопросы к фрагменту 1

1) Какие языковые средства встречаются в речи парусного мастера?

2) Какие языковые средства в речи парусного мастера связаны с его социальным статусом?

3) Какие языковые средства в речи героя обусловлены его профессиональной принадлежностью?

4) Что вы можете сказать об эмоциональном состоянии парусного мастера? Как эмоциональное состояние героя отражается на его речи?

б) **Фрагмент 2**

– Неспокойный ты старик, Федя, – просипел Низовой, выковыривая ножом пробку из бутылки кислого вина. – Чего ты зажурился? Ты плюнь! Я так считаю: чи будет на той картине твоё имя-отчество, чи совсем его не будет, твои паруса своё возьмут. Кругом возьмут: и в Ялте, и в Одессе; и, скажем, во всей республике. <...>

– Мне бы одного надо – приохотить людей до моего парусного дела.

– Приохотишь, – сказал Низовой.

– Приохочу!

– Через ту картину?

– А хоть бы и через картину.

– И паруса твои своё возьмут.

– Возьмут!

– Ну, тогда наливай шкалик и вытягай с кармана свою кефальку.

Комментарии

зажури́ться (из украинского языка) – загрузить

плюну́ть (разг.-сниж.) – перестать думать о чём-либо

приохоти́ть (прост.) – вызвать у кого-либо интерес к какому-либо занятию

скажем (разг.) – неправильное употребление слова в значении «можно сказать даже» (в литературном языке вводное слово *скажем* имеет значение «например»)

хоть бы и (разг.) – даже если

через – здесь: благодаря (прост.)

чи (из украинского языка) – *ли, или*

взять своё (разг.) – получить признание

кругом (прост.) – повсюду

шкалик – рюмка, посуда для вина

вытягать (прост.) – доставать

Вопросы и задания к фрагменту 2

1) Охарактеризуйте речевой портрет парусного мастера. Какие языковые средства представлены в его речи, с какими индивидуальными особенностями героя они связаны?

2) Охарактеризуйте речевой портрет матроса Низового. Какие языковые средства связаны с социальным статусом героя, с его профессиональной принадлежностью, с местом жительства?

в)

Фрагмент 3

Режиссёр в лиловой пижаме сидел за круглым столом и пил кофе.

– Какой кливер? Зачем? – морщась, говорил режиссёр. – Съёмка корабля давно закончена. Сейчас мы работаем в павильоне.

– Хочу я вас попросить, – сказал Марченко, замирая от робости. Ему казалось, что он говорит с этим безразличным человеком не теми словами, какие нужны, говорит как будто совсем не по-русски и режиссёр его не поймёт. – Хочу я вас попросить напечатать и моё имя на картине.

– Зачем? – равнодушно спросил режиссёр.

– Может, где какой моряк прочтёт и помянет меня добрым словом.

Режиссёр поморщился.

– Вы же бутафор, – сказал он и закурил сигарету. Дым висел пластами над вазой с пирожными. – Зачем вам реклама? Кроме нас, больше никто в мире не закажет вам таких парусов. Парусных кораблей не будет!

– Оно, конечно, так... – пробормотал Марченко. – Нет у нас парусного дела. Мне заказов не нужно, я на фелюжников буду по малости работать.

– Так что же вам собственно нужно?

– Простите за мою дурость, за беспокойство, – сказал Марченко. – Нету меня возможности рассказать вам про свою заветную думку. Да и шут с ней теперь, с той думкой!

– На сегодняшний день, – сказал отдельно режиссёр, – я не вижу необходимости упоминать в картине имя случайного бутафора, у нас и так упоминается сорок имён. Но в общем я подумаю.

Комментарии

кливер (спец.) – разновидность паруса

безразличный – выражающий неприязнь, отвращение к чему-либо (часто к нечистоплотности)

бутафор (спец.) – специалист, изготавливающий бутафорию, т.е. предметы, используемые в спектаклях вместо настоящих вещей (мебель, посуду, оружие и т.п.)

фелюзник (спец.) – владелец фелюги, небольшого парусного судна

по малости (прост.) – понемногу

думка (из украинского языка) – мысль

шут с ней (прост.) – выражение отказа заниматься чем-либо

Вопросы и задания к фрагменту 3

1) Охарактеризуйте эмоциональное состояние парусного мастера во время разговора с режиссёром. Удаётся ли Фёдору чётко сформулировать, почему он хочет, чтобы его имя указали в титрах? Покажите это на примерах из текста.

2) Охарактеризуйте речь режиссёра: какие языковые средства в ней представлены? Как влияет на речь героя его профессиональная принадлежность? Уровень образования?

3) Какие чувства вызывает у режиссёра посещение старика и его не очень связная речь? Почему? Подтвердите своё мнение цитатами из текста.

10 Охарактеризуйте взаимоотношения между героями рассказа. Для этого ответьте на вопросы, выполните задания.

1) Перечитайте фрагмент 2 из задания 9 и скажите, каковы взаимоотношения между парусным мастером и матросом Низовым (непринуждённые – официальные)? Как это отражается на их речи?

2) Перечитайте фрагмент 3 из задания 9 и покажите с помощью примеров из текста, что обращение режиссёра со стариком меняется – сначала речь режиссёра имеет оттенок разговорности, непринуждённости, а потом приобретает подчёркнуто официальный характер. С чем связана такая перемена?

11 Прочитайте фрагменты рассказа, обратите внимание на выделенные места. На основе прочитанных фрагментов охарактеризуйте авторскую позицию. Для этого ответьте на вопросы.

а) Фрагмент 1

Марченко вышел на набережную и сел на скамейку. *Ненужная, давно снятая на плёнку «Марианна» качалась на якорях и робко, будто заискивая, кланялась морю.*

Вдруг Марченко встал и торопливо пошёл к «Марианне» – на ней медленно <...> развёртывались паруса. *Солнце садилось, и его последний свет придавал холсту лёгкость самой тончайшей ткани.*

б) Фрагмент 2

Старики пили и шумно беседовали до позднего вечера. *В иллюминаторы заглядывали звёзды и портовые огни. Они качались на волнах и то подплывали к «Марианне», как будто стараясь подслушать разговор стариков, то отскакивали и тонули в темноте.*

в) Фрагмент 3

В Ялте парусный мастер пошёл в гостиницу, где жил режиссёр. *В гостинице нахло пыльными коврами, застоявшимся одеколоном, шашлыком.*

Режиссёр в лиловой пижаме сидел за круглым столом и пил кофе.

<...>

– Хочу я вас попросить, – сказал Марченко, замирая от робости. Ему казалось, что он говорит *с этим брезгливым человеком* не теми словами, какие нужны <...> – Хочу я вас попросить напечатать и моё имя на картине.

– Зачем? – *равнодушно* спросил режиссёр.

– Может, где какой моряк прочтёт и помянет меня добрым словом.

Режиссёр *поморщился*.

– Вы же бутафор, – сказал он и закурил сигарету. *Дым висел пластами над вазой с пирожными*. – Зачем вам реклама? Кроме нас, больше никто в мире не закажет вам таких парусов. Парусных кораблей не будет!

Вопросы к фрагментам 1, 2, 3

- 1) Присутствует ли в приведённых фрагментах прямо выраженная авторская оценка?
- 2) Можно ли понять, как автор относится к парусному мастеру, матросу Низовому, режиссёру? Какие образы связаны в рассказе с этими героями?

12. Проанализируйте авторскую речь в следующем фрагменте. Какие средства выразительности использует писатель?

Леса, будто выкованные из тонкого серебра, сверкали под декабрьским небосклоном. Стекланный блеск играл на горах, засыпанных лёгкими снегами. Солнце, похожее на золотой запущенный плод, несло за прозрачной листвой деревьев, зажигая в ней ослепительные пожары.

Хлопья снега лежали на кустах, как мохнатые цветы <...>

13. Прочитайте текст о К.Г. Паустовском. В чём состоит особенность творчества К.Г. Паустовского?

Константин Георгиевич Паустовский (1892 – 1968) – известный русский писатель, автор повестей «Чёрное море», «Мещёрская сторона», «Повесть о лесах», сборников рассказов «Бег времени», «Летние дни», романов «Блистающие облака», «Романтики», книги о писательском труде «Золотая роза» и ряда других произведений.

Особенностью творчества К.Г. Паустовского является интерес к человеку, к личности. В произведениях К.Г. Паустов-

ского сюжет отступает на второй план, всё внимание сосредоточено на характерах персонажей. Для писателя важны нравственные качества его героев – доброжелательность, любовь к людям, стремление приносить им пользу, любовь к родной земле. Особое место среди этих качеств занимают трудолюбие, способность к творчеству.

Герои произведений Паустовского очень разные: это и особенные, выдающиеся люди – писатели, художники, композиторы, и люди самые обычные, никому не известные. Интересно, что у Паустовского почти нет отрицательных персонажей: писатель любит своих героями, в которых выражаются лучшие качества народа.

14. Сделайте лингвистический анализ рассказа К.Г. Паустовского «Парусный мастер». Для этого ответьте на вопросы и выполните задания.

1) О чём идёт речь в рассказе К.Г. Паустовского «Парусный мастер»? (Передайте коротко содержание рассказа).

2) Какова главная мысль писателя? (Что хотел сказать / показать автор?)

3) Почему рассказ называется «Парусный мастер»?

4) От какого лица написан рассказ?

5) Выражена ли в рассказе авторская позиция? Если выражена, то какова она? Подтвердите ваше мнение примерами из текста.

6) Охарактеризуйте речь героев рассказа – парусного мастера, матроса Низового, режиссёра. Какие языковые средства они используют? Как эти средства связаны с «устойчивыми» характеристиками героев (социальный статус, профессиональная принадлежность, место жительства), с их «переменными» характеристиками (эмоциональное состояние), с отношениями между героями?

7) Охарактеризуйте авторскую речь. Используются ли в авторской речи разговорные средства? Какие средства выразительности использует К.Г. Паустовский?

ЛИТЕРАТУРА

- Балли Ш. Французская стилистика. М., 2009.
- Бельчиков Ю.А. Лексическая стилистика: проблемы изучения и обучения. М., 2013.
- Болотнова Н.С. Филологический анализ текста. М., 2009.
- Большой толковый словарь русского языка. - 1-е изд-е: СПб.: Норинт / С. А. Кузнецов. 1998 <http://enc-dic.com/kuzhecov/Politika-30582.html>
- Валгина Н.С. Теория текста. М., 2004.
- Василенко И.А. Международные переговоры. М., 2013.
- Веселов П.В. Аксиомы делового письма: культура делового общения и официальной переписки. М., 1993.
- Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М., 1963.
- Виноградова В.Н. Стилистический аспект русского словообразования. М., 2011.
- Винокур Т.Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц. М., 2009.
- Винокур Т.Г. О содержании некоторых стилистических понятий. М., 2009.
- Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 2009.
- Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. М., 1985.
- Григорьева О.Н. Стилистика русского языка. М., 2000.
- Дускаева Л.Р., Протопопова О.В. Стилистика официально-деловой речи. М., 2012.
- Жданов А.А., Жданова И.Ф. Деловые письма и контракты. На русском, немецком, английском языках. М., 2010.
- Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б., Багаева Д.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык. Сознание. Коммуникация. Вып. 1. М., 1997.
- Земская Е.А. Русская разговорная речь. Лингвистический анализ и проблемы обучения. М., 2004.
- Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 2010.
- Ковтунова И.И. Современный русский язык. Порядок слов и актуальное членение предложения. М., 2002.
- Ковшиков В.А., Глухов В.П. Психолингвистика. Теория речевой деятельности. М., 2007.
- Кодзасов С.В. Фонетический эллипсис в русской разговорной речи // Теоретические и экспериментальные исследования в области структурной и прикладной лингвистики. М., 1973.
- Кожин А.И., Крылова О.А., Одинцов В.В. Функциональные типы русской речи. М., 1982.
- Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М., 2012.
- Константинова Л.А., Щенникова Е.П., Юрманова С.А. Деловая риторика. М., 2013.
- Копнина Г.А. Речевое манипулирование. М., 2008.
- Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М., 1971.
- Котюрова М.П., Баженова Е.А. Культура научной речи: текст и его редактирование. М., 2008.
- Красильникова Л.В. Жанр научной рецензии: семантика и прагматика. М., 1999.
- Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва. М., 2009.
- Крылова О.А. Коммуникативный синтаксис русского языка. М., 2009.
- Крылова О.А. Лингвистическая стилистика. М., 2008.
- Кузнецов И.Н. Рефераты, курсовые и дипломные работы. Методика подготовки и оформления. М., 2008.
- Кузнецов И.Н. 100 самых эффективных приёмов в публичных выступлениях. Минск, 2011.
- Кузнецов И.Н. 100 самых эффективных приёмов для проведения успешных переговоров. Минск, 2011.
- Культура русской речи / Отв. ред. Л.К. Граудина, Е.Н. Ширяев. М., 2006.
- Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём. М., 2008.
- Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана: разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. М., 2007.

Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.
 Литературный энциклопедический словарь. М., 1987.
 Лобанова Н.А., Слесарева И.П. Учебник русского языка для иностранных студентов-филологов. Систематизирующий курс. М., 1980.
 Лыткина И. В. Обучение студентов употреблению прецедентных текстов. Дисс. на соискание учён. ст. канд. пед. наук. М., 2003.
 Маркова В.А. Роль экспрессивных элементов в структуре научного лингвистического текста и их преобразование при реферировании // Слово. Грамматика. Речь. Вып. X: Сборник научно-методических статей по преподаванию РКИ. М., 2008.
 Маркова В.А. Информационная ёмкость как стилевая черта официально-делового стиля // Русский язык: исторические судьбы и современность: V Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, филологический факультет, 18–21 марта 2014 г.): Труды и материалы. М., 2014.
 Маслова А.Ю. Введение в прагмалингвистику. М., 2010.
 Мартине А. Основы общей лингвистики. М., 2009.
 Матвеева Г.Г., Ленец А.В., Петрова Е.И. Основы прагмалингвистики. М., 2013.
 Митрофанова О.Д. Научный стиль: проблемы обучения. М., 1976.
 Морозов В.Э. Культура письменной научной речи. М., 2008.
 Новиков Л.А. Художественный текст и его анализ. М., 2003.
 Основы русской деловой речи / под ред. В.В. Химика. СПб., 2012.
 Пиневич Е.В., Стародубцев В.Ф. Социолингвистика М., 2011.
 Рахманин Л.В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов. М., 2012.
 Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. М., 1974.
 Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке. М., 2008.
 Русская грамматика. Т.1, 2. М., 1980.
 Русская разговорная речь / Отв. ред. Е.А. Земская. М., 1973.
 Русская литература XIX – XX веков / Сост. и науч. редакция Б.С. Бугрова, М.М. Голубкова: В 2 т. М., 1998.

Русский язык и культура речи / А.И. Дунев, М.Я. Дымарский, А.Ю. Кожевников и др.; Под ред. В.Д. Черняк. М., 2005.
 Сёрль Дж. Р. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. М., 1986.
 Сидорова М.Ю., Савельев В.С. Русский язык и культура речи. М., 2002.
 Сиротинина О.Б. Современная разговорная речь и её особенности. М., 1974.
 Словарь русского языка в четырёх томах. М., 1985.
 Словарь социолингвистических терминов. М.: Российская академия наук. Институт языкознания. Российская академия лингвистических наук. Ответственный редактор: доктор филологических наук В.Ю. Михальченко. 2006. Электронный ресурс: <http://sociolinguistics.academic.ru>.
 Современный русский язык. Ч.1, 2. / Под ред. Д.Э. Розенталя. М., 1979.
 Современный русский язык / Под ред. В.А. Белошапковой. М., 1981.
 Солганик Г.Я. Стилистика текста. М., 2005.
 Солганик Г.Я. Синтаксическая стилистика. М., 2007.
 Справочник школьника: Литература / В.В. Агеносов, Т.Г. Кучина, А.В. Леденёв и др.; Под ред. В.В. Агеносова. М., 1999.
 Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожин. М., 2006.
 Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур. М., 2007.
 Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2011.
 Тураева З.Я. Лингвистика текста. Текст: Структура и семантика. М., 2012.
 Фатхутдинова В.Г. Функциональные стили современного русского языка: Проблема интеграции. Казань, 2011.
 Формановская Н.И. Стилистика сложного предложения. М., 2007.
 Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход, М., 2002.
 Химик В.В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. СПб., 2004.
 Чернявская В.Е. Интерпретация научного текста. М., 2007.

- Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. М., 2012.
- Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. М., 2008.
- Шляхов В.И. Сценарная основа речевого общения. М., 2010.
- Шмелёв Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977.
- Щукин А.Н. Обучение речевому общению на русском языке как иностранном. М., 2012.
- Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочёты / Под ред. А.П. Сковородникова. М., 2009.
- Энциклопедический словарь-справочник лингвистических терминов и понятий. Русский язык: в 2 т. / Под общ. ред. А.Н. Тихонова, Р.И. Хашимова. М., 2008.

Список условных сокращений

- РР – разговорная речь
- КЛЯ – кодифицированный литературный язык
- книжн. – книжное
- высок. – высокое
- спец. – специальное
- разг. – разговорное
- разг.-сниж. – разговорно-сниженное
- прост. – просторечное
- жарг. – жаргонное
- фамильярн. – фамильярное
- Нац. корп. рус. яз. – Национальный корпус русского языка

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	3
Основные понятия стилистики.....	7
Разговорный стиль	18
Лексика. Преобладание глагола над именем в разговорном стиле....	21
Особенности и тенденции, характерные для разговорного стиля.....	21
Принцип экономии речевых усилий.....	23
Тенденция к аналитизму	30
Особенности предъявления информации	33
Экспрессивность	40
Разговорный стиль в прагматическом аспекте.....	43
Стилистические ошибки, связанные с употреблением разговорных средств.....	47
Разговорный стиль и нелитературные языковые явления.....	49
Официально-деловой стиль.....	52
Текстовые нормы документа.....	53
Лексика. Номинативный строй официально-делового стиля.....	56
Характерные черты официально-делового стиля	57
Императивность.....	57
Стандартизованность.....	59
Точность.....	61
Информационная ёмкость.....	63
Объективность.....	68
Динамика норм официально-делового стиля.....	72
Официально-деловой стиль: стилистические ошибки и неудачи.....	73
Устная деловая речь.....	74
Научный стиль.....	83
Композиция научного произведения	84
Лексика. Номинативный строй научного стиля.....	88
Характерные черты научного стиля.....	91
Отвлечённо-обобщённость.....	92
Точность, категоричность, логичность.....	93

Объективность.....	97
Информационная ёмкость.....	99
Обращённость научного текста к читателю.....	100
Интертекстуальность.....	102
Научность и наукообразность.....	105
Динамика норм научного стиля.....	106
Вторичные научные тексты.....	107
Устная научная речь.....	111
Публицистический стиль.....	114
Лексика. Номинативный строй публицистического стиля.....	116
Информационная функция.....	118
Функция воздействия.....	121
Личный характер изложения.....	122
Прямая обращённость к адресату.....	123
Оценочность.....	124
Использование средств выразительности в публицистическом тексте.....	126
Динамика норм публицистического стиля.....	139
Неудачи публицистического стиля.....	143
Устное публицистическое выступление.....	143
Язык рекламы.....	148
Типы рекламы.....	148
Речевое манипулирование в тексте рекламы.....	153
Язык художественной литературы.....	159
Стилистически и социально маркированные средства в речи героев художественного произведения.....	164
Стилистически и социально маркированные средства в речи автора-повествователя.....	170
Литература.....	186
Список условных сокращений.....	190

Представляем Вам следующие книги:



Стилистика

- ✓ Томашевский Б. В. Стилистика.
- ✓ Одинцов В. В. Стилистика текста.
- ✓ Дерягин В. Я. Беседы о русской стилистике.
- ✓ Васильева А. Н. Курс лекций по стилистике русского языка.
- ✓ Бельчиков Ю. А. Лексическая стилистика: проблемы изучения и обучения.
- ✓ Солганик Г. Я. Синтаксическая стилистика.
- ✓ Винокур Т. Г. О содержании некоторых стилистических понятий.
- ✓ Винокур Т. Г. Стилистика как она есть: Избранные работы.
- ✓ Винокур Т. Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц.
- ✓ Брандес М. П. Стилистический анализ: На материале немецкого языка.
- ✓ Брандес М. П. Стиль и перевод: На материале немецкого языка.
- ✓ Береговская Э. М. Стилистика в подробностях.
- ✓ Дунаевская О. В. О стилях русского языка.
- ✓ Разинкина Н. М. Стилистика английского научного текста.
- ✓ Комарова А. И. Функциональная стилистика: научная речь.
- ✓ Гарбовский Н. К. Сопоставительная стилистика профессиональной речи.

Теория коммуникации

- ✓ Медведева Е. В. Рекламная коммуникация.
- ✓ Зирка В. В. Манипулятивные игры в рекламе: Лингвистический аспект.
- ✓ Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи.
- ✓ Славин Б. Б. Эпоха коллективного разума: О роли информации в обществе и о коммуникационной природе человека.
- ✓ Калмыков А. А. Медиалогия Интернета.
- ✓ Шаховский В. И. Голос эмоций в языковом круге homo sentiens.
- ✓ Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация.
- ✓ Чернявская В. Е. Коммуникация в науке: нормативное и девиантное: Лингвистический и социокультурный анализ.
- ✓ Крылова О. А. Коммуникативный синтаксис русского языка.
- ✓ Горелов И. Н. Невербальные компоненты коммуникации.
- ✓ Малюга Е. Н. Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации.
- ✓ Мальковская И. А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы.
- ✓ Мальковская И. А. Многоликий Янус открытого общества: Опыт критического осмысления ликов общества в эпоху глобализации.
- ✓ Цейтлин С. Н. Речевые ошибки и их предупреждение.
- ✓ Осадчий М. А. Русский язык на грани права: Функционирование современного русского языка в условиях правовой регламентации речи.
- ✓ Лантеева О. А. Живая русская речь с телеэкрана.
- ✓ Лантеева О. А. Русский разговорный синтаксис.
- ✓ Лантеева О. А. Речевые возможности текстовой омонимии.
- ✓ Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество.
- ✓ Назаров М. М., Пананин М. А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: Опыт междисциплинарного исследования.

Представляем Вам следующие книги:

Русский язык



URSS

- ✓ Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность.
 - ✓ Караулов Ю. Н. Общая и русская идеография.
 - ✓ Караулов Ю. Н. Ассоциативная грамматика русского языка.
 - ✓ Караулов Ю. Н. Словарь Пушкина и эволюция русской языковой способности.
 - ✓ Гвоздева А. Н. Современный русский литературный язык. В 2 ч.
Ч. 1. Фонетика и морфология (теоретический курс); Ч. 2. Синтаксис.
 - ✓ Гвоздева А. Н. Избранные работы по орфографии и фонетике.
 - ✓ Галкина-Федорук Е. М., Горикова К. В., Шанский Н. М. Современный русский язык.
Кн. 1: Лексикология, фонетика, морфология; Кн. 2: Синтаксис.
 - ✓ Золотова Г. А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса.
 - ✓ Золотова Г. А. Очерк функционального синтаксиса русского языка.
 - ✓ Сиротинина О. Б. Порядок слов в русском языке.
 - ✓ Сиротинина О. Б. Лекции по синтаксису русского языка.
 - ✓ Сиротинина О. Б. (ред.) Разговорная речь в системе функциональных стилей современного русского литературного языка. Грамматика. Лексика. В 2 кн.
 - ✓ Бараникова Л. И., Бондалетов В. Д. Сборник упражнений по русской диалектологии.
 - ✓ Всеволодова М. В., Владимирский Е. Ю. Способы выражения пространственных отношений в современном русском языке.
 - ✓ Всеволодова М. В., Яценко Т. А. Причинно-следственные отношения в современном русском языке.
-
- ✓ Москвин В. П. Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка.
 - ✓ Ягелло М. Алиса в стране языка: Тем, кто хочет понять лингвистику.
 - ✓ Ажеж К. Человек говорящий: Вклад лингвистики в гуманитарные науки.
 - ✓ Гринберг Дж. Антропологическая лингвистика: Вводный курс.
 - ✓ Гумбольдт В. фон О различии организмов человеческого языка и о влиянии этого различия на умственное развитие человеческого рода: Введение во всеобщее языкознание.
 - ✓ Степанов Ю. С. В трехмерном пространстве языка: Семантические проблемы лингвистики, философии, искусства.

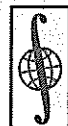
Наши книги можно приобрести в магазинах:

Тел./факс:
+7 (499) 724-25-45
(многоканальный)

E-mail:
URSS@URSS.ru
<http://URSS.ru>

«НАУКУ — ВСЕМ!» (м. Профсоюзная, Нахимовский пр-т, 56. Тел. (499) 724-2545)
«Библио-Глобус» (м. Лубянка, ул. Мясницкая, 6. Тел. (495) 625-2457)
«Московский дом книги» (м. Арбатская, ул. Новый Арбат, 8. Тел. (495) 203-0242)
«Молодая гвардия» (м. Полянка, ул. Б. Полянка, 28. Тел. (495) 230-5001, (495) 700-3370)
«Дом научно-технической книги» (Ленинский пр-т, 40. Тел. (495) 137-6019)
«Дом книги на Ладонской» (м. Бауманская, ул. Ладонская, 8, стр. 1. Тел. (495) 267-0302)
«Санкт-Петербургский Дом книги» (Невский пр., 28. Тел. (812) 440-2355)
«Книжный бун» (г. Киев, книжный рынок «Петровка», ряд 62, место 8 (павильон «Академбига»). Тел. +38 (067) 273-5010)
Сеть магазинов «Дом книги» (г. Екатеринбург, ул. Антона Валена, 12. Тел. (343) 253-5010)

Уважаемые читатели! Уважаемые авторы!



URSS

Наше издательство специализируется на выпуске научной и учебной литературы, в том числе монографий, журналов, трудов ученых Российской академии наук, научно-исследовательских институтов и учебных заведений. Мы предлагаем авторам свои услуги на выгодных экономических условиях. При этом мы берем на себя всю работу по подготовке издания — от набора, редактирования и верстки до тиражирования и распространения.

Среди вышедших и готовящихся к изданию книг мы предлагаем Вам следующие:

- ✓ Филд Дж. Психоллингвистика: Ключевые концепты. Энциклопедия терминов (с английскими эквивалентами).
- ✓ Пинкер С. Язык как инстинкт.
- ✓ Пинкер С. Субстанция мышления: Язык как окно в человеческую природу.
- ✓ Бейкер М. Атомы языка: Грамматика в темном поле сознания.
- ✓ Хомский Н. Картезианская лингвистика: Глава из истории рационалистической мысли.
- ✓ Бах Э. Неформальные лекции по формальной семантике.
- ✓ Мартин Б., Рингхэм Ф. Словарь семиотики.
- ✓ Даль Э. Возникновение и сохранение языковой сложности.
- ✓ Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности.
- ✓ Греймас А. Ж., Фонтань Ж. Семиотика страстей: От состояния вещей к состоянию души.
- ✓ Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем.
- ✓ Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики.
- ✓ Лайонз Дж. Введение в теоретическую лингвистику.
- ✓ Лайонз Дж. Язык и лингвистика: Вводный курс.
- ✓ Бенвенист Э. Общая лингвистика.
- ✓ Тен ван Дейк. Дискурс и власть.
- ✓ Митрешина О. В., Романова Е. Е., Слюсарь Н. А. Введение в генеративную грамматику.
- ✓ Слюсарь Н. А. На стыке теорий: Грамматика и информационная структура в русском и других языках.
- ✓ Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов.
- ✓ Панова Г. И. Морфология русского языка: Словарь-справочник.
- ✓ Плунгян В. А. Общая морфология: Введение в проблематику.
- ✓ Бонч-Осмоловская Т. Б., Федин С. Н., Орлов С. А. Занимательная риторика Раймона Кено.
- ✓ Москвин В. П. Риторика и теория коммуникации: Виды, стили и тактики речевого общения.
- ✓ Москвин В. П. Русская метафора. Очерк семиотической теории.

По всем вопросам Вы можете обратиться к нам:
тел. +7 (499) 724-25-45 (многоканальный)
или электронной почтой URSS@URSS.ru
Полный каталог изданий представлен
в интернет-магазине: <http://URSS.ru>

Научная и учебная
литература

КТО ОН, РЕДАКТОР — АРХИТЕКТОР КНИГИ?

**Тот, кто совершает путь
«От замысла — к книге»:**

- Осмысляет, наглядно представляет, оформляет результаты авторского научного труда.
- Обсуждает и определяет вместе с автором окончательную информационно-дидактическую структуру произведения.
- Транслирует видение автора издательскому коллективу и воплощает его в книге.

Приветствуются:

- опыт редактирования книг;
- знания по всем разделам своей специальности, позволяющие свободно ориентироваться в различных областях этой науки;
- внутренняя потребность в непрерывном освоении новых тем; неумная тяга к знаниям;
- умение видеть проблемы, связанные с особенностями перевода, и грамотно справиться с ними;
- желание активно делиться своими знаниями и идеями с коллегами, открытость к конструктивной критике;
- умение работать в системе LaTeX.

Рассматриваем кандидатуры без опыта работы



Издательская группа

URSS



**Сохранять,
развивать
и приумножать
научное
наследие**

Предлагаем Вам
реализовать свои знания
и творческий потенциал
у нас, в научном
издательстве URSS,
в качестве

**редактора
научной литературы,**
а также верстальщика, дизайнера, переводчика,
программиста, финансиста, аналитика...

Мы уверены, что
Вы сможете стать специалистом
высокого класса или управленцем,
что у нас Вы найдете свой Путь.

Мы на связи
✉ URSS@URSS.ru
☎ +7 499.724.25.45
🏠 <http://URSS.ru>

ПРИМЕНЯЙ
свои научные знания
на практике

ИСПОЛЬЗУЙ
неограниченные возможности
для творчества
и профессионального роста

СОЗДАВАЙ
книги,
на которых вырастет
новое поколение

Научное издательство

URSS



МОСКВА

**Сохранять,
развивать
и приумножать
научное наследие**

ПРОФЕССИЯ КАК ДЕЛО ЖИЗНИ

Наши мечты схожи? Мы с Вами на одной волне? Наука вошла в Вашу жизнь и Вы не хотите с ней расставаться?

Нефть, газ, лес — не единственное наше достояние! Нам всего лишь повезло родиться в стране с богатейшей природой. Но Россия не есть только источник природных ресурсов. Нет! Она — кладёз человеческого капитала — капитала, который должен неустанно давать цивилизации всё новые научно-культурные богатства. Надо принять вызов — добиться, чтобы нашу страну ассоциировали в первую очередь с созданием высококачественных интеллектуальных ценностей.

**МЫ МОЖЕМ И ДОЛЖНЫ
ЗАРАБАТЫВАТЬ ИНТЕЛЛЕКТОМ!**

Научно-издательское дело — неотъемлемая часть института науки. Предлагаем Вам реализовать свои знания и творческий потенциал у нас, в научном издательстве URSS ●●●

... Ведь это:

Достоинно

- ▶ Общение с ведущими учеными, деятелями науки и культуры.
- ▶ Работа с интеллектуальным богатством.
- ▶ Духовное и научно-культурное обогащение.
- ▶ Продвижение знаний.
- ▶ Утверждение интеллектуальных и культурных ценностей.

Донесем интеллектуальный и духовный капитал страны до всех, живущих в русскоязычном пространстве, и до мирового сообщества!

Перспективно

- ▶ Раскрыть свой потенциал.
- ▶ Быть уверенным, что Ваше время вкладывается со смыслом.
- ▶ Понимать, что выбранный путь обеспечивает Вам рост благосостояния и экономическую устойчивость.
- ▶ Ощущать, что Ваша работа зажигает оптимизмом и укрепляет жизненные силы.

Научно-издательская деятельность — это правильный выбор для тех, кто хочет оставаться в научной среде!

Осуществимо

Если Вы:

- ▶ целеустремленный и активный,
- ▶ работоспособный и креативный,
- ▶ заинтересованы в личностном росте,
- ▶ стремитесь усваивать новые знания и умения,
- ▶ готовы делиться Вашими опытом и навыками,
- ▶ хотите влиться в коллектив профессиональных и эффективных, честных и надежных людей, и усилить его Вашей индивидуальностью —

это тот достаточный багаж, с которым мы с радостью примем Вас в наш коллектив.

**Присоединяйтесь к проекту URSS!
Поможем, поддержим, научим!**

ВЫ?

любите книги

хотите быть
причастными
к их созданию

хотите содействовать
развитию
отечественной науки

Приходите
к нам

Архитектор книги

Если Вам
интересно,
переверните
страницу

