

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

*Владимирский филиал*

**Н.В. Юдина, Е.А. Кузнецова**

# **ЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА**

*УЧЕБНИК ДЛЯ БАКАЛАВРОВ*

Москва • 2016

УДК 811.161.1  
ББК 81.0+81.2Рус  
Ю16

*А в т о р ы:*

доктор филологических наук, профессор,  
директор Владимирского филиала Финансового университета  
*Наталья Владимировна Юдина*

кандидат филологических наук, доцент кафедры  
«Философия, история, право и межкультурная коммуникация»  
Владимирского филиала Финансового университета  
*Екатерина Александровна Кузнецова*

*Р е ц е н з е н т ы:*

доктор филологических наук, профессор,  
член-корреспондент РАН, заведующий Отделом африканских языков  
Института языкознания РАН В.А. Виноградов

ректор Финансового университета, доктор экономических наук,  
профессор, заслуженный деятель науки Российской Федерации,  
академик Российской академии образования М.А. Эскиндаров

**Юдина Н.В., Кузнецова Е.А.**

Ю16 Языковой портрет современного финансиста: учебник для бакалавров / Н.В. Юдина, Е.А. Кузнецова. – М.: Финансовый университет, 2016. – 280 с.

ISBN 978-5-7942-1392-8

Предлагаемый учебник, созданный для реализации авторских курсов по дисциплинам «Языковой портрет современного экономиста» и «Языковой портрет современного менеджера», посвящен актуальным вопросам функционирования современного русского языка, а именно особенностям воплощения русского языка начала XXI века в речи современного финансиста.

Учебник предназначен для студентов, обучающихся по направлениям бакалавриата «Экономика» и «Менеджмент», может быть полезен для научных сотрудников, магистрантов, аспирантов, докторантов и всех тех, кому не безразличен русский язык и профессиональное коммуникативное совершенствование.

Публикуется в авторской редакции.

УДК 811.161.1  
ББК 81.0+81.2Рус

ISBN 978-5-7942-1392-8

© Н.В. Юдина, Е.А. Кузнецова, 2016  
© Финансовый университет, 2016

Federal State – Funded Educational Institution  
of Higher Education  
“FINANCIAL UNIVERSITY UNDER THE GOVERNMENT  
OF THE RUSSIAN FEDERATION”

*VLADIMIR BRANCH*

**Natalia V. Yudina, Ekaterina A. Kuznetsova**

# **LANGUAGE PORTRAIT OF A MODERN FINANCIER**

*GUIDE FOR BACHELOR'S DEGREE STUDENTS*

Moscow • 2016

*A u t h o r s:*

Doctor of Philological Sciences, Professor,  
Director of the Vladimir branch of Financial University  
*Natalia Vladimirovna Yudina*

Candidate of Philological Sciences, associate Professor of Department  
“Philosophy, History, Law and Intercultural Communication”  
of Vladimir branch of Financial University  
*Ekaterina Alexandrovna Kuznetsova*

*R e v i e w e r s:*

Doctor of Philological Sciences, Professor, Corresponding member  
of the Russian Academy of Sciences, Head of the Department of African  
Languages, the Federal Government-Funded Institution of Science Institute  
of Linguistic Research of the Russian Academy of Sciences Viktor A. Vinogradov  
Rector of the Financial University, Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Academician of the Russian Academy of Education,  
Honored Scientist of the Russian Federation Mukhadin A. Eskindarov

**Natalia V. Yudina, Ekaterina A. Kuznetsova**

Language portrait of a modern financier: guide for Bachelor’s degree stu-  
dents / Natalia V. Yudina, Ekaterina A. Kuznetsova. – M.: Financial Universi-  
ty, 2016. – 280 p.

ISBN 978-5-7942-1392-8


The guide is aimed at implementation of such experimental curriculum courses as “Language portrait of a modern financier” and “Language por-  
trait of a modern manager”. It is focused on the challenging issues of the  
Russian language functioning with special attention to the specific features  
of the Russian language realization in the speech of a modern financier at  
the beginning of the 21st century.

The guide is meant for Bachelor’s degree students of Economics and  
Management. It may be helpful for research scholars, Master’s degree stu-  
dents, postgraduates, doctoral students and those who takes interest in the  
Russian language and strives for professional communicative development.

Published in author's edition.

UDC 811.161.1

---



## В в е д е н и е

Современный финансист в рамках его профессиональной деятельности ежедневно включается в непростой и многоаспектный коммуникативный процесс. При этом от уровня эффективности речевой коммуникации финансиста во многом зависит его профессиональное самоопределение. В этой связи особенно актуальным представляется формирование в процессе обучения будущих экономистов их коммуникативной компетенции, чему посвящен авторский курс доктора филологических наук, профессора *Натальи Владимировны Юдиной* и кандидата филологических наук *Екатерины Александровны Кузнецовой* в рамках модуля дисциплин, инвариантных для направления подготовки, «Языковой портрет современного экономиста» и «Языковой портрет современного менеджера».

Представленный учебник, созданный для реализации дисциплин «Языковой портрет современного экономиста» и «Языковой портрет современного менеджера», посвящен актуальным вопросам функционирования современного русского языка, а именно особенностям воплощения русского языка начала XXI века в речи современного финансиста.

Учебник предназначен для студентов, обучающихся по направлениям бакалавриата «Экономика» и «Менеджмент», может быть полезен для научных сотрудников, магистрантов, аспирантов, докторантов и всех тех, кому не безразличен русский язык и профессиональное коммуникативное совершенствование.

Учебник создан в рамках комплексной темы Финансового университета «Устойчивое развитие России в условиях глобальных изменений» на период 2014–2018 гг. (направление 6: Неэкономические факторы устойчивого социально-экономического развития). Представленный учебник посвящен формированию у студентов научного представления о лингвистических, лингвокультурологических и психолингвистических особенностях языкового портрета современного экономиста с учётом объективных и субъективных,

интра- и экстралингвистических закономерностей развития современного русского языка.

Система изложения материала, основанная на традиционных подходах преподавания таких дисциплин, как «Русский язык и культура речи», «Культура речи и деловое общение», «Деловые коммуникации», а также учитывающая специфику обучающихся в финансовом вузе, в настоящем учебнике будет охватывать различные аспекты коммуникативной деятельности современного финансиста (фонетический, лексико-грамматический, поведенческий, прагматический, риторический), что позволит подойти к проблеме формирования грамотной и готовой к цивилизационным вызовам начала XXI века языковой личности современного финансиста с учётом различных аспектов и сформировать у студентов вдумчивое, бережное, сознательное и адекватное отношение к процессам, происходящим в современном русском языке – в частности и в социокультурном пространстве XXI века – в целом.

Несмотря на то, что дисциплина «Языковой портрет современного финансиста» входит в модуль дисциплин, инвариантных для направления подготовки и отражающих специфику учебного заведения, думается, что опыт Владимирского филиала Финансового университета может быть использован и другими филиалами и вузами в процессе подготовки бакалавров и магистров в сфере экономики и менеджмента.



---

## Глава 1

# КАТЕГОРИЯ ЯЗЫКОВОГО ПОРТРЕТА В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ НАУКЕ

### 1.1. Понятие языкового портрета в лингвокогнитивной парадигме

Понятие *языкового портрета* не является новым для отечественной и зарубежной лингвистической науки. Предпосылки его изучения были заложены в работах представителей различных направлений гуманитарной научной мысли, начиная примерно с 50-х годов XX века. Так, размышления **отечественных исследователей** были посвящены собственным лингвистическим аспектам, которые потенциально создавали предпосылки для выхода на новый, антропоцентрический этап развития науки о языке:

1) диалектологические труды Б.А. Ларина<sup>1</sup>, который в определённом смысле перенес методы диалектологического описания региональных, преимущественно сельских диалектов на городскую речь и во многом создал образец изучения языка города, воспринятый многими отечественными исследователями (например, Т.И. Ерофеевой)<sup>2</sup>;

2) фонетические изыскания М.В. Панова<sup>3</sup>, в которых выдвигается идея фонетического портрета, реализованная им в дальнейшем в целом ряде фонетических портретов известных деятелей науки, искусства и общественной жизни XVIII–XX вв. (например, Петра I, М.В. Ломоносова, А.С. Пушкина, О.О. Садовской, Е.Т. Турчаниновой, В. Яхонтова, А. Вознесенского и др.)<sup>4</sup>. Данные работы пред-

---

<sup>1</sup> Ларин Б.А. О лингвистическом изучении города // Русская речь. Вып. 3. – Л., 1928. – С. 61–74.

<sup>2</sup> Ерофеева Т.И. Речевой портрет говорящего // Языковой облик уральского города. – Свердловск, 1990. – С. 90–91.

<sup>3</sup> Панов М.В. История русского литературного произношения XVIII–XX вв. – М., 1990.

<sup>4</sup> Панов М.В. Труды по общему языкознанию и русскому языку. Т. 1 / под ред. Е.А. Земской, С.М. Кузьминой. – М.: Языки славянской культуры, 2004.

ставляют не только общекультурную ценность как свидетельства индивидуальных речевых особенностей известных в российском обществе людей, но и научный феномен, поскольку в указанных исследованиях отражена определённая социальная, профессиональная и региональная специфика речевого портретирования.

Вместе с тем исследования **зарубежных авторов** уже изначально выходили за интралингвистические рамки в сторону смежных с лингвистикой дисциплин:

1) социолингвистические исследования Р. Мак-Дэвида, занимавшегося исследованием американского варианта английского языка и составившего совместно с Г. Курахом лингвистический атлас так называемой Новой Англии, северо-восточного региона США на побережье Атлантического океана<sup>1</sup>, а также вопросами речевого взаимодействия и отражения в языке этого взаимодействия между чернокожим и белым населением в США середины XX века<sup>2</sup>;

2) лингвокоммуникативные наблюдения Дж. Гамперца, который изучал речевую и социальную коммуникацию народов Индии<sup>3</sup>.

Обозначенные исследования положили начало тому, что в конце XX – начале XXI века понятие речевого, социально-речевого или социолингвистического портрета стало активно использоваться в различных лингвистических исследованиях.

Вместе с тем, думается, что одной из серьёзных задач, стоящих перед современными лингвистами, является обобщение и представление особенностей языкового портрета представителей той или иной профессиональной группы, который станет элементом общего языкового портрета носителя русского языка начала XXI века в целом.

В процессе описания языкового портрета современного финансиста важным представляется знание и использование такого понятия, как **когнитивный стиль** (в англоязычной научной литературе – *cognitive style*, в немецкоязычных источниках – *Denkstil*). Этот термин вошёл в научный обиход с развитием западноевропейской психоаналитической традиции во второй половине XX века и ис-

---

<sup>1</sup> Kurath H. and McDavid R. I., Jr. The Pronunciation of English in the Atlantic States. Ann Arbor, University of Michigan Press, 1961.

<sup>2</sup> McDavid R. I., Jr. and McDavid V. The relationship of the speech of American Negroes to the speech of Whites. "American Speech", 26, 1951, 3–17.

<sup>3</sup> Gumperz J.J. Speech variations and the study of Indian civilization. AA, 1961, 63, 976–988.



пользовался для описания устойчивых индивидуальных способов приёма, хранения, переработки и передачи информации, а также личностных характеристик, которые оказывают влияние на протекание различных познавательных процессов. Как отмечается в исследованиях В.З. Демьянкова, использование в психоаналитической традиции понятия когнитивного стиля было своеобразной попыткой объяснить, «как импульсивное и эмоциональное «Оно» (Id) контролируется более интеллектуально и реалистично ориентированным «Эго»<sup>1</sup>. С начала 80-х годов XX века когнитивный стиль становится самостоятельным предметом исследования как отечественных, так и зарубежных специалистов в области психологии, а сам термин стал использоваться в двух смыслах: «1) как относительно устойчивые индивидуальные особенности познавательных процессов субъекта, которые выражаются в используемых им познавательных стратегиях, и 2) как совокупность частных познавательных установок или видов контроля, устанавливаемых набором специально подобранных тестов»<sup>2</sup>.

Несмотря на тот факт, что специфика когнитивных стилей до настоящего времени представляется недостаточно изученной, в психологической научной литературе можно найти описание около двух десятков различных стилей, специфику которых можно сформулировать в виде следующих дихотомичных пар: эмоциональность – рациональность, аналитичность – синтетичность, импульсивность – рефлексивность, сглаживание – заострение, гибкость – ригидность, дифференциальность – интегральность, полезависимость – полenezависимость и др.<sup>3</sup>

В настоящее время понятие **когнитивного стиля** широко используется и в лингвистической литературе. Так, например, в такой интегральной языковой дисциплине, как когнитивная лингвистика, понятие **когнитивного стиля** по-разному трактуется в широком и узком смысле:

---

<sup>1</sup> Демьянков В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 27.

<sup>2</sup> Психология: словарь / под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Политиздат, 1990. – С. 166.

<sup>3</sup> См., напр.: Стиль человека: психологический анализ. – М.: Смысл, 1998; Холодная М.А. Психологический статус когнитивных стилей: предпочтения или «другие» способности? // Психологический журнал. – 1996. – Т. 17. – № 1. – С. 61–69; Холодная М.А. Когнитивные стили: о природе индивидуального ума. – М.: ПЕРСЭ, 2002.

• в широком смысле под **когнитивным стилем** понимается «предпочитаемый подход к решению проблемы, характеризующий поведение человека относительно целого ряда ситуаций и содержательных областей, не вне зависимости от интеллектуального уровня индивида, его компетенции»<sup>1</sup>;

• в узком смысле **когнитивный стиль** определяется следующим образом:

1) «стиль репрезентирования, связываемый с типами личности»;

2) «стиль подачи и представления информации, особенностей её расположения и структуризации в тексте/дискурсе, связанный со специфическим отбором когнитивных операций или их предпочтительным использованием в процессах построения и интерпретации текстов разных типов»<sup>2</sup>;

3) «способ или стиль мышления или оценки, то есть стратегия обработки социальной информации»<sup>3</sup>.

В современной научной литературе когнитивный стиль всё чаще связывают с психологическими особенностями деятельности человека: конститутивными чертами его характера, спецификой поведения, – а также с важнейшими аспектами, определяющими структуру языковой деятельности человека, к которым относится, в частности, способность осуществлять важнейшие когнитивные процессы, такие как повествование, описание, аргументация, экспликация, инструкция и др. Справедливым представляется замечание В.З. Демьянкова о том, что «для выделения стиля существенно не то, достигается ли в результате цель, а то, как она достигается <...> Когнитивное развитие человека можно рассматривать как установление когнитивного стиля, не считая <...> индивидуальные вариации второстепенными особенностями скорости развития, т.е. не относя индивидуальные различия к случайным вариациям в реализации одного идеального направления развития. Всё это следует учитывать, рассматривая понятие «индивидуального» стиля ре-

---

<sup>1</sup> Демьянков В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 27.

<sup>2</sup> Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов / под общ. ред. Е.С. Кубряковой. – М., 1996. – С. 80.

<sup>3</sup> Дейк Т.А. ван Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989. – С. 295.

чи»<sup>1</sup>. Если рассуждать, опираясь на то мнение, что человеческая речь во многом обусловлена спецификой его поведения в различных коммуникативных ситуациях и содержательных сферах и в значительной степени определяется уровнем интеллектуального развития индивида и сформированностью его речевых компетенции, то, таким образом, есть основания утверждать, что существует некая взаимосвязь между когнитивным стилем, который является одним из стилевых образований личности, и её языковой способностью<sup>2</sup>.

Как отмечается в статье И.П. Шкуратовой «Когнитивные стили как регуляторы мировосприятия личности», **когнитивный стиль** выполняет четыре основные функции:

1) адаптационную, состоящую в приспособлении индивидуальности к требованиям данной деятельности и социальной среды,

2) компенсаторную, дающую возможность формировать когнитивный стиль с опорой на сильные стороны индивидуальности и с учётом слабых сторон,

3) системообразующую, позволяющую, с одной стороны, формироваться стилю на основе многих ранее сложившихся характеристик индивидуальности, а с другой стороны, влиять на многие аспекты поведения человека,

4) функцию самовыражения, формирующую возможность индивидуальности выразить себя через уникальный способ выполнения деятельности или через манеру поведения<sup>3</sup>.

Указанные четыре функции когнитивного стиля и особенно функция самовыражения находят своё прямое воплощение в языковом портрете каждой языковой личности.

Вместе с тем стиль подачи и представления информации может иметь не только дифференциальные, но и интегральные признаки: на существование общих когнитивных стилей указывает, например, «экспериментально подтвержденное применение специфических когнитивных схем и структур представления знаний в

---

<sup>1</sup> Демьянков В.З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 27.

<sup>2</sup> Юдина Н.В. Русский язык в XXI веке: кризис – эволюция – прогресс? – М.: Гнозис, 2010. – С. 166.

<sup>3</sup> Шкуратова И.П. Когнитивные стили как регуляторы мировосприятия личности // <http://www.ksu.ru/ss/cogsci04/science/cogsci04/256.doc>.

процессах восприятия и обработки информации текстов разных типов»<sup>1</sup>. На основе этого тезиса можно сделать предположение о том, что когнитивный стиль как особый стиль репрезентации полученной и переработанной информации может быть представлен на уровне носителей одного языка в двух основных разновидностях:

1) групповой / коллективный когнитивный стиль, специфика которого определяется влиянием социума, а некоторые черты в какой-то степени «навязаны» существующими общественными законами и установками;

2) индивидуальный когнитивный стиль, особенности которого обусловлены выбором отдельно взятого индивида из всего существующего многообразия единиц языковых средств, соответствующих корректной речевой ситуации (подробнее об особенностях речевой ситуации общения современного финансиста см. в параграфе 6.1).

При этом не следует забывать и о возможности существования так называемого когнитивного стиля поколения, «эпохи», который с течением времени трансформируется под влиянием меняющихся общественно-политических, социально-экономических и культурных факторов.

Как отмечают специалисты, многие параметры когнитивного стиля зависят от соотношения двух подсистем человеческой психики:

- 1) сферы собственно познавательных процессов (интеллекта);
- 2) сфера эмоциональных процессов и состояний (аффекта).

В том случае, если в структуре человеческой психики интеллект преобладает над аффектом, как правило, когнитивный стиль характеризуется как рациональный, аналитичный, рефлексивный и гибкий. При доминировании аффекта над интеллектом когнитивный стиль описывается как эмоциональный, синтетичный, импульсивный и ригидный.

В конце XX – начале XXI века теории когнитивных стилей, помимо психологии и когнитивной лингвистики, стали активно использоваться и в других сферах научного познания и практической деятельности:

---

<sup>1</sup> Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов / под общ. ред. Е.С. Кубряковой. – М., 1996. – С. 80–81.

- в педагогической теории и практике (в ходе исследования специфики индивидуальных интеллектуальных особенностей деятельности учащихся в ходе образовательного процесса, а также определения воздействия различных когнитивных стилей на практику обучения и креативный потенциал обучаемых);

- в литературоведении (при описании разнообразных когнитивных стилей каких-либо авторов или целых литературных направлений и школ, а также при «эстетическом» анализе отдельных литературных текстов или конкретных художественных произведений);

- в экономике (в процессе анализа постоянных специфических черт познавательных процессов индивида, которые могут определить склонность к выбору различных стратегий и тактик, влияющих на эффективность решения определённых теоретических и практических задач) и др.<sup>1</sup>

Всё чаще понятие **когнитивного стиля** вписывается сегодня в теории когнитивного соответствия и диссонанса, достаточно подробно описанные в психологической литературе.

**I. ТЕОРИИ КОГНИТИВНОГО СООТВЕТСТВИЯ**, разработанные в рамках когнитивистского направления западной социальной психологии в 50-е годы XX века, сводятся к тому, что когнитивная структура человеческого сознания не может характеризоваться дисгармоничностью и несбалансированностью. Среди теорий когнитивного соответствия остановимся более подробно на следующих:

**1. Теория структурного баланса Ф. Хайдера**<sup>2</sup> базируется на идее соответствия и идее атрибуции и исследует состояние сбалансированности когнитивной структуры человеческого сознания в ситуации восприятия другого человека и построения отношения к этому человеку и к общему с ним объекту.

**2. Теория коммуникативных актов Т. Ньюкома**<sup>3</sup> проводит идею о том, что в случае появления дискомфорта из-за несоответствия между отношением человека к другому человеку и его отношением к общему для них объекту средством его преодоления ста-

---

<sup>1</sup> Юдина Н.В. Русский язык в XXI веке: кризис – эволюция – прогресс? – М.: Гнозис, 2010. – С. 167–168.

<sup>2</sup> См. работы: Heider F. Attitudes and Cognitive Organizations // Journal of Psychology. V. 21. – 1946; Heider F. Social Perception and Phenomenal Causality. – N. Y., 1944; Heider F. The Psychology of Interpersonal Relations. – N. Y., 1958.

<sup>3</sup> Newcomb T.M. An Approach to the Study of Communicative Acts // Psychological Review. V. 60. – 1953.

новится развитие *коммуникации* между партнёрами, в ходе которой позиция одного из них изменяется и тем самым восстанавливается соответствие.

**3. Теория конгруэнтности Ч. Осгуда и П. Танненбаума**<sup>1</sup> основывается на том тезисе, что в целях достижения соответствия в когнитивной структуре человек может одновременно изменять и своё отношение к другому человеку, а также к тому объекту, который они оба оценивают в процессе речевого взаимодействия. Так, например, если субъект позитивно относится к другому, но негативно к оцениваемому ими объекту, то в случае позитивного отношения второго субъекта к объекту первый субъект, уменьшая негативность своего отношения к этому объекту, уменьшает вместе с тем и позитивность своего отношения ко второму субъекту. Таким образом, конгруэнтность в данном случае восстанавливается за счёт одновременного изменения этих двух рядов отношений и в определённых случаях за счёт изменения качества этого отношения.

**II. ТЕОРИЯ КОГНИТИВНОГО ДИССОНАНСА**, наиболее ярко обоснованная в трудах американского психолога Л. Фестингера<sup>2</sup> (1957), объясняет влияние на человеческое поведение системы таких когнитивных элементов, как верования, мнения, ценности, намерения и т.д. Известно, что когнитивная система человека может быть разной степени сложности в зависимости от количества и разнообразия включённых в неё знаний. Исходное положение теории когнитивного диссонанса состоит в том, что диссонанс представляет собой негативное побудительное состояние, которое возникает в тех ситуациях, когда субъект располагает одновременно двумя противоречивыми с психологической точки зрения знаниями об одном и том же объекте, причём такое противоречие вызывает субъективно переживаемый дискомфорт, от которого человек пытается избавиться. Устранение состояние когнитивного диссонанса, как правило, достигается двумя путями: либо введением нового элемента знания, либо изменением одного из элементов диссонансных знаний. Впоследствии в своих работах Л. Фестингер трактовал диссонанс как следствие недостаточного оправдания выбора. Так, для того чтобы оправдать собственный поступок, человек может

---

<sup>1</sup> Osgood C.E., Tannenbaum P. The Principle of Congruity in the Prediction of Attitude Change // Psychological Review. V. 62. – 1955.

<sup>2</sup> Festinger L. A Theory of Cognitive Dissonance. – Evanstone, 1957.

либо изменять своё поведение, либо изменять своё отношение к тем объектам, с которыми непосредственно связан поступок, либо понижать или вовсе значение данного поступка как для себя, так и других. Особенность теории когнитивного диссонанса (как и положено любой когнитивной теории) состоит в сосредоточенности исследований на субъекте, мире его сознания. Диссонанс, как психологически дискомфортное явление, заставляет человека пытаться уменьшать его и добиваться консонанса (соответствия когниций). Помимо этого, при наличии диссонанса человек активно избегает ситуаций и информации, которые могут привести к его возрастанию<sup>1</sup>.

Несмотря на то, что теории когнитивного соответствия и диссонанса имеют некоторые методологические просчёты (что было замечено отечественными психологами и философами), накопленный в них богатый эмпирический материал может быть переосмыслен в рамках иного философско-методологического подхода, что и осуществляется в ряде психологических исследований последних лет. На сегодняшний день суть теорий когнитивного соответствия и диссонанса сводится к тому, что «когнитивная структура человека не может быть несбалансированной, дисгармоничной; если же это имеет место, то немедленно возникает тенденция изменить это состояние и вновь восстановить внутреннее соответствие когнитивной системы»<sup>2</sup>.

Современная действительность отражается в индивидуальном сознании в форме множественных представлений личности о явлениях и событиях. Эти представления, по мысли Е.В. Орловой, являются не чем иным, как сложным продуктом знаний, собственного опыта, верований и надежд, традиций, ритуалов, идей, процесс формирования которых направляется преимущественно здравым смыслом, хотя значительную роль в этом играет также научное знание и идеология. Подобный когнитивный универсум во многом состоит из ошибок, заблуждений и стереотипов, рациональность сочетается с массой иррациональных компонентов. В процессе формирования знаний и представлений современной языковой

---

<sup>1</sup> Орлова Е.В. Формирование феномена «политическое знание»: возможности когнитивного подхода // Актуальные проблемы современной когнитивной науки: Материалы международной научно-практической конференции. – Иваново: ОАО «Иваново», 2010. – С. 257.

<sup>2</sup> Психология: словарь / под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Политиздат, 1990. – С. 165.

личности о действительности когнитивное моделирование, как кажется, является принципиально важным и объективно проблематичным методологическим решением.

Вместе с тем не вызывает сомнения взаимозависимость когнитивного соответствия и когнитивного диссонанса общества и индивида. Причём особенности этих взаимоотношений, на наш взгляд, могут быть различными:

1) когнитивное соответствие в обществе гармонично сосуществует с когнитивным соответствием отдельных индивидов;

2) когнитивный диссонанс в обществе может быть сбалансирован индивидуально когнитивным соответствием конкретной личности;

3) далеко не каждый индивид, живущий в когнитивно соответствующем обществе, не имеет когнитивного диссонанса;

4) когнитивный диссонанс в обществе провоцирует формирование когнитивного диссонанса у индивида<sup>1</sup>.

В настоящее время наиболее частотным кажется последний, четвёртый путь взаимоотношений общества и индивида, при котором отмечаемый многими исследователями в области философии, политологии и социологии когнитивный общественный диссонанс порождает и диссонанс личностный.

Однако существуют и другие, оптимистичные характеристики современной языковой личности, вызванные, очевидно, когнитивными соответствиями, заложенными в обществе и формируемыми в конкретном индивиде. В этой связи представляется мнение Е.И. Сильновой, которая к основным чертам, которые отличают современного человека от человека традиционного общества, относит следующие: интерес ко всему новому, готовность к различного рода новациям; личное достоинство и определённый оптимизм; нацеленность на содержательную значимость информации, на её понимание и осмысление, а не только на усвоение и автоматическое запоминание; разнообразие личных взглядов; эффективность в плане рационального расходования своего и чужого времени<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Юдина Н.В. Русский язык в XXI веке: кризис – эволюция – прогресс? – М.: Гнозис, 2010. – С. 170.

<sup>2</sup> Сильнова Е.И. Проектирование нового склада мышления в образовании как методологическая задача гуманитарного познания // Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. К 80-летию проф. М.С. Кагана: материалы международной научной конференции (Санкт-Петербург, 2001). Сер.: Symposium. Вып. 12. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. – С. 129–134.



Ввиду того, что на рубеже XX–XXI веков ведущим принципом лингвистических исследований становится принцип антропоцентризма, в рамках которого язык изучается в русле его органической взаимосвязи с существованием и деятельностью человека, важнейшим понятием для современной гуманитарной науки становится «языковая личность». В этой связи изучение языкового портрета ведётся в контексте его соотношения с языковой личностью. При этом постановка и решение важнейших вопросов теории и методики исследования языковой личности имеет свою историю развития, о чём пойдёт речь в следующем параграфе.

## 1.2. Языковой портрет и языковая личность

Несмотря на то, что активное развитие исследование языковых явлений с точки зрения того, как они функционируют в контексте человеческой деятельности, получило только в конце XX – начале XXI века, проблема «человеческого фактора» в языке так или иначе была в центре внимания исследователей уже достаточно долгое время. В этой связи справедливым представляется замечание немецкого филолога, философа, государственного деятеля и дипломата Вильгельма фон Гумбольдта (1767–1835), который утверждал, что «изучение языка не заключает в себе конечной цели, а вместе со всеми прочими областями служит высшей и общей цели совместных устремлений человеческого духа – цели познания человеком самого себя и своего отношения ко всему видимому и скрытому вокруг себя»<sup>1</sup>.

В этой связи был необходим особый лингвистический термин, который определял бы место и роль человека в языковой системе, а также особенности функционирования языковых единиц в процессе человеческой деятельности. Таким термином стало понятие **языковая личность**, значимость которого для исследования языка обусловлено двумя факторами:

1. Дефиниция **языковая личность** представляется удобной для лингвистических исследований, поскольку она совмещает в себе два важнейших аспекта:

1) любого конкретного носителя того или иного языка культуры, охарактеризованного на основе анализа произведённых им

---

<sup>1</sup> Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры. – М., 1985. – С. 34.

текстов с точки зрения специфики использования в этих текстах системных строевых средств данного языка для отражения видения и оценки им окружающей действительности и для достижения определённых целей в этом мире;

2) комплексный способ описания языковой способности индивида, соединяющий в себе системное представление языка с функционированием его в процессах порождения текстов<sup>1</sup>.

2. Обозначенный термин, представляющий собой словосочетание, значение которого особым образом конструируется из значений составляющих его компонентов, по сути вобрал в себя как значение слова **человек** (ср. «живое существо, обладающее даром мышления и речи, способностью создавать орудия и пользоваться ими в процессе общественного труда»), так и характеристики **индивида**, или **индивидуума** (ср. книжн. «человек как отдельная личность, а также (спец.) вообще отдельный живой организм, особь»). При этом актуальными в данном сочетании остались и особенности комплексного, синергетического термина **личность** (ср.: «человек как носитель каких-нибудь свойств, лицо»)<sup>2</sup>.

В лингвистической науке принята точка зрения, согласно которой считается, что термин **языковая личность** впервые был введён в научный обиход в работах В.В. Виноградова, посвящённых особенностям русского языка, русской публицистической речи, художественной литературы. Так, в труде «О художественной прозе», вышедшем в 1930 году, учёный отмечает, что «если подниматься от внешних грамматических форм языка к более внутренним («идеологическим») и к более сложным конструктивным формам слов и их сочетаний; если признать, что не только элементы речи, но и композиционные приемы их сочетаний, связанные с особенностями словесного мышления, являются существенными признаками языковых объединений, то структура литературного языка предстает в гораздо более сложном виде, чем плоскостная система языковых соотношений Соссюра... А личность, включённая в разные из этих «субъектных» сфер и сама включая их в себя, сочетает их в особую структуру. В объектном плане всё сказанное можно перенести и на *parole*, как сферу творческого раскрытия языковой

---

<sup>1</sup> Языковая личность: текст, словарь, образ мира. – М., 2006. – С. 515.

<sup>2</sup> Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М., 2005.

личности»<sup>1</sup>. При этом в книге 1959 года «О языке художественной литературы», где на примере литературных произведений В.В. Виноградов подвергает анализу отдельные языковые личности, включённые в дифференцированные социально-языковые и идеологически-групповые контексты, учёный обращает внимание на то, что «творчество писателя, его авторская личность, его герои, темы, идеи и образы воплощены в его языке и только в нем и через него могут быть постигнуты»<sup>2</sup>. Таким образом, важнейшими принципами изучения языковой личности в работах В.В. Виноградова становится анализ создаваемых ею текстов, понимаемых как любое словотворчество, а также исследование специфики включённости данной языковой личности в различные «коллективные субъекты».

В этой связи можно говорить о том, что с самого начала своего существования в научной литературе понятие **языковая личность** мыслилось исследователями в двух планах: 1) как характеристика конкретной индивидуальности и 2) как описание типовой личности. Однако следует констатировать, что в работах В.В. Виноградова языковая личность изучалась в первую очередь именно как языковая личность индивидуальности.

Появившись в первой половине XX века, термин **языковая личность** начал широко использоваться, а сам феномен активно изучаться в гуманитарных исследованиях, начиная 80-х годов XX века, что было обусловлено возрастанием интереса учёных к синергетическому знанию, представляющему собой взаимодействие и взаимное усиление научных фактов, полученных посредством методов и приёмов различных наук, а также благодаря антропоцентрическому аспекту в описании языковых явлений. Именно в этот период в исследовательском мире появляется множество крупных научных школ, которые ставили в центр своего внимания мир языка и мир человека, а также непосредственным образом повлияли на формирование и развитие теории языковой личности.

Ю.Н. Караулов, которого считают одним из основоположников концепции языковой личности, выделял три основных направления, в рамках которых языковая личность может представлять собой объект изучения:

---

<sup>1</sup> Виноградов В.В. О художественной прозе. – М.; Л., 1930. – С. 62.

<sup>2</sup> Виноградов В.В. О языке художественной литературы. – М., 1959. – С. 6.

1) психолингвистическое (см. в этой связи, например, исследования российского и польского языковеда И.А. Бодуэна де Куртенэ<sup>1</sup>);

2) лингводидактическое (см., напр., программную работу Ф.И. Буслаева «О преподавании отечественного языка»<sup>2</sup>);

3) литературно-художественное: от изучения языка художественной литературы (вслед за В.В. Виноградовым).

Современное состояние гуманитарной науки характеризуется тем, что термин **языковая личность** находится в центре исследовательского внимания сразу множества фундаментальных и фундаментально-прикладных дисциплин: лингвистика, психология, социология, дидактика, методика преподавания языка, психолингвистика, лингвокультурология, когнитивная лингвистика. При этом интересной представляется мысль Ю.Н. Караулова, который утверждал, что «в более явном виде выход на проблематику языковой личности осуществляется в рамках дисциплин, относящихся к периферии науки о языке, – в лингводидактике и методике преподавания языков. В этом смысле лингвистика отстает от других наук общественно-гуманитарного цикла, которые более решительно обращаются к человеку, более пристально вглядываются в интересы отдельной личности, более существенное значение придают психологическому фактору в развитии различных областей и периодов общественной жизни»<sup>3</sup>.

Остановимся на наиболее значимых концепциях языковой личности, которые были сформулированы в рамках тех или иных наук и научных направлений.

## I. Лингводидактические концепции

Одной из первых дисциплин, объектом научного исследования которой стал *homo loquens* («человек говорящий») и его способность пользоваться языком как родовом свойством человека (вида *homo sapiens*), стала лингводидактика. Так, ещё русский языковед, заложивший основы лингвистической русистики и положивший начало научному изучению русской народной словесности Ф.И. Буслаев (1818–1897), в своем программном труде «О преподавании отечественного языка» в 1844 году отмечал, что «родной язык сросся с

---

<sup>1</sup> Бодуэн де Куртенэ И.А. О психических основах языковых явлений // Избранные труды по общему языкознанию. – М., 1963.

<sup>2</sup> Буслаев Ф.И. О преподавании отечественного языка. – М., 1992.

<sup>3</sup> Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 2002. – С. 48.

личностью каждого, что учить оному значит вместе и развивать духовные способности учащегося»<sup>1</sup>.

При этом следует отметить, что спектр исследований языковой личности в русле современной лингводидактики весьма разнообразен, поэтому остановимся на некоторых из них.

1. Ещё в 80-х гг. XX века Г.И. Богин создал свою модель языковой личности, которая была сконструирована именно сквозь призму лингводидактического исследования языка. В своих работах учёный исходит из того, что языковая личность – это «человек, рассматриваемый с точки зрения его готовности исполнять речевые поступки, создавать и принимать произведения речи»<sup>2</sup>. Описанная в соответствии с этой концепцией **лингводидактическая модель** представляет собой трёхмерное образование, находящееся на пересечении трёх осей:

1) уровни языковой культуры (фонетика, грамматика, лексика);

2) виды речевой деятельности (слушание, говорение, чтение, письмо);

3) уровни владения языком, среди которых учёный выделяет следующие пять:

- уровень правильности (знание основных строевых закономерностей языка);

- уровень интериоризации (умения реализовать и воспринимать высказывания в соответствии с внутренним планом речевого поступка);

- уровень насыщенности (отражение в речи выразительных средств языка);

- уровень адекватного выбора (соответствие используемых в высказывании языковых средств сфере общения, коммуникативной ситуации и ролям коммуникантов);

- уровень адекватного синтеза (соответствие порождённого личностью текста всему комплексу содержательных и коммуникативных задач, положенных в его основу).

В целом именно эти позиции наиболее адекватно воспроизводят современные лингводидактические представления относительно

---

<sup>1</sup> Буслаев Ф.И. О преподавании отечественного языка. – М., 1992. – С. 30.

<sup>2</sup> Богин Г.И. Модель языковой личности в её отношении к разновидностям текстов: дис. ... д-ра филол. наук. – Калинин, 1984. – С. 14.

но структуры и содержания понятия *языковая личность*. Сам феномен языковой личности в данной концепции выступает как многокомпонентный набор языковых способностей – знаний, умений и навыков, которые определяют готовность к осуществлению речевых поступков разной степени сложности.

2. В.В. Соколова в своей книге «Культура речи и культура общения», в которой проблема состояния современной языковой культуры соотносится с уровнем развития воспитания, образования, политики и экономики, а весь этот комплекс рассматривается сквозь призму человеческого общения, отмечает, что за термином **языковая личность** стоит «реальность в виде субъекта, обладающего совокупностью способностей и свойств, позволяющих ему осуществлять сугубо человеческую деятельность – говорить, общаться, создавать устные и письменные речевые произведения, отвечающие целям и условиям коммуникации, извлекать информацию из текстов, воспринимать речь»<sup>1</sup>.

3. Наряду с дефиницией **языковая личность** именно в сфере лингводидактических исследований появились и два других понятия, которые следует признать весьма актуальными и значимыми, ввиду необходимости формирования более целостного и в то же время многоаспектного представления о языковой личности, – **речевая личность** и **коммуникативная личность**. При этом, безусловно, встаёт вопрос о соотношении этих трёх понятий. Так, Ю.Е. Прохоров, изучавший особенности преподавания русского языка как иностранного в контексте существования определённого набора национальных стереотипов общения, разграничивая языковую и речевую личность, указывал на то, что «если **языковая личность** – это парадигма речевых личностей, то, наоборот, **речевая личность** – это языковая личность в парадигме реального общения»<sup>2</sup>.

Остановившись на соотношении всех трёх понятий, В.В. Красных отмечает, что под **языковой личностью** следует понимать «личность, проявляющую себя в речевой деятельности, обладающую определённой совокупностью знаний и представлений», при

---

<sup>1</sup> Соколова В.В. Культура речи и культура общения. – М., 1995. – С. 11.

<sup>2</sup> Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. – М., 1996. – С. 59.

этом **речевую личность** интерпретируют как личность, реализующую себя в коммуникации, осуществляющую ту или иную стратегию и тактику общения, использующую тот или иной репертуар средств (как собственно лингвистических, так и экстралингвистических), в то время как **коммуникативная личность** трактуется как конкретный участник конкретного коммуникативного акта, реально действующий в реальной коммуникации<sup>1</sup>. Отметим, что данная гипотеза, разграничивающая языковую, речевую и коммуникативную личность, сформировалась в научном сообществе как концепция «человека говорящего» и в настоящее время активно используется в сфере лингводидактики.

## II. ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ

Ещё одной фундаментально-прикладной наукой, в которой использование понятия языковой личности и применение различных аспектов её изучения не менее актуально, является лексикография.

Современный этап развития лексикографии характеризуется тем, что слово рассматривается во всей совокупности его свойств, а учёные стремятся к тому, чтобы воплотить в словарной статье все аспекты полученных знаний. При этом в центре внимания оказываются не только собственно лингвистические факты, но и внеязыковые (экстралингвистические) явления, отражающие различные аспекты функционирования языковых единиц в процессе человеческой деятельности.

В связи с этим интересным и крайне необходимым представляется такой аспект в фундаментально-прикладной сфере изучения языковой личности, как **антропоцентрическое лексикографирование**. Идея и основные принципы данного направления почти одновременно были сформулированы В.В. Морковкиным и Ю.Н. Карауловым<sup>2</sup>. Главной задачей подобных исследований становится попытка создания словарей, которые описывают «не абстрактную систему, а живой язык, данный в реальном употреблении и ориентиро-

<sup>1</sup> Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М., 2003. – С. 51.

<sup>2</sup> Подробнее см.: Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987. – С. 26–27; Морковкин В.В. Антропоцентрический versus центрический подход к лексикографированию // Национальная специфика языка и её отражение в нормативном слове: сборник статей / отв. ред. Ю.Н. Караулов. – М., 1988. – С. 132.

ванный на языковое сознание современников»<sup>1</sup>. Подобные словари, созданные в русле антропоцентрического лексикографирования и на материале русского языка, уже существуют и продолжают появляться<sup>2</sup>. При этом более сложным аспектом лексикографирования, к которому, по мысли современных лексикографов, в конечном счёте придет лингвистическая наука, является **синергетическое лексикографирование**, разработанное в трудах В.В. Морковкина и основанное, по мысли учёного, на «таком предъявлении и распределении информации о различных свойствах рассматриваемых в словаре языковых единиц, при котором предъявляемые сведения, целесообразно сопрягаясь и по возможности усиливая друг друга, обеспечивают достижение максимального стереоскопического объяснительного эффекта»<sup>3</sup>, направленного на максимальное удовлетворение лексикографических потребностей современной языковой личности.

Несмотря на это, по мнению Ю.Н. Караулова, «в лингвистике личность не стала пока равноправным с языком объектом изучения, оставаясь скрытым, незаявленным, а иногда и неосознанным предметом исследовательского интереса, например, в стилистике»<sup>4</sup>. Вместе с тем, языковая личность является объектом исследования различных синергетических наук, находящихся на стыке лингвистики и других смежных с ней дисциплин.

### III. ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ

Одним из наиболее ярких и значимых этапов в истории изучения языковой личности является психолингвистическое направление. В отечественных психолингвистических исследованиях XX–XXI веков основное внимание сконцентрировано на изучении рече-

---

<sup>1</sup> Складневская Г.Н. Об одном словаре антропоцентрического типа // Языковая личность: текст, словарь, образ мира. – М., 2006. – С. 366.

<sup>2</sup> См., напр.: Полный словарь диалектной языковой личности / авт.-сост. О.И. Гордеева, Л.Г. Гынгазова, Е.В. Иванцова и др.; под ред. Е.В. Иванцовой. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2006–2012. – Т. 1–4; Складневская Г.Н. Современный толковый словарь живого русского языка. Обоснование концепции. Пробные словарные статьи. – СПб., 2004; Словарь-тезаурус прилагательных русского языка / под общ. ред. Л.Г. Бабенко. – Екатеринбург, 2012.

<sup>3</sup> Морковкин В.В. О синергетическом лексикографировании // Языковая личность: текст, словарь, образ мира. – М., 2006. – С. 352.

<sup>4</sup> Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 2002. – С. 48.



вой деятельности, в первую очередь – механизмов порождения и восприятия речи. Вместе с тем в работах некоторых учёных (таких как И.Н. Горелов, А.А. Залевская, С.Д. Кацнельсон, А.А. Леонтьев, К.Ф. Седов, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, А.М. Шахнарович и др.) в зависимости от их научных интересов рассматриваются также следующие аспекты, имеющие отношение:

- к проблеме языкового сознания и образа мира;
- взаимоотношению речи и мышления в процессе человеческой деятельности;
- соотношению «язык – человек – общество» (включая понятие языковой личности);
- проблеме природы и структуры языковой способности человека;
- этнокультурной специфике языкового сознания, различных аспектов взаимодействия языков и культур, языковых картин мира и др.<sup>1</sup>

При этом следует отметить, что в специальной психолингвистической литературе приоритет отдаётся скорее вполне традиционным психологическим терминам *человек* и *индивид*, в то время как понятие *языковая личность* не является столь частотным.

IV. Среди других междисциплинарных направлений, в рамках которых понятие и теория *языковой личности* в настоящее время также находят своё интересное и продуктивное обсуждение, следует отметить исследования в области лингвокультурологии (см., например, исследование В.И. Карасика)<sup>2</sup>, этнолингвокультурологии (см. работу И.В. Приваловой)<sup>3</sup>, литературоведения (см., например, монографию И.Я. Чернухиной «Принципы организации художественного прозаического текста»)<sup>4</sup>, когнитивной лингвистики (см.

---

<sup>1</sup> Залевская А.А. Введение в психолингвистику. – М.: Российск. гос. гуманит. ун-т, 2000. – С. 25.

<sup>2</sup> Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002.

<sup>3</sup> Привалова И.В. Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации). – М., 2005.

<sup>4</sup> Чернухина И.Я. Принципы организации художественного прозаического текста. – М., 1978.

труды Е.С. Кубряковой)<sup>1</sup>, а также в рамках педагогики, психологии, журналистики, риторики и других многочисленных отраслей знания.

Таким образом, очевидным представляется тот факт, что термин **языковая личность** в настоящее время выходит за рамки собственно лингвистических исследований в экстралингвистическую сферу. В этой связи дефиниция **языковая личность** всё чаще трактуется как «естественный отклик коллективного исследовательского сознания на насущные потребности современной гуманитарной науки»<sup>2</sup>. По мысли многих современных исследователей, языковая личность может считаться «видом полноценного представления личности, вмещающим в себя психический, социальный, этический и другие компоненты, но преломленные через её язык, её дискурс. Понятие языковой личности интегрирует личностные и языковые процессы, а также охватывает основные этапы речемыслительной деятельности – от коммуникативного намерения до конечного продукта – текста»<sup>3</sup>.

В связи с тем, что понятие **языковая личность** имеет комплексный характер и представляет интерес для большого спектра гуманитарных и общественных наук, думается, что история изучения языковой личности в отечественной науке будет динамично развиваться. При этом для наиболее полного и точного описания языковой личности требуется в первую очередь анализ её языкового портрета. Иными словами, понятия «языковой портрет» и «языковая личность» являются взаимосвязанными и взаимообусловленными.

Языковой портрет формирующейся языковой личности представляет собой не столько её функциональную модель, сколько функциональную реализацию данной модели в плане становления языковой личности.

Таким образом, описание и всестороннее изучение языкового портрета является важнейшим этапом реконструкции языковой

---

<sup>1</sup> Кубрякова Е.С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. – М., 2004.

<sup>2</sup> Ляпон М.В. Языковая личность: поиск доминанты // Язык – система. Язык – текст. Язык – способность. – М., 1995. – С. 260.

<sup>3</sup> Козырев В.А., Черняк В.Д. Русская лексикография. – М., 2007. – С. 31.

личности. При этом языковой портрет выступает иерархически организованной структурой, включающей в себя социальные, психологические, биологические особенности; личные интересы и увлечения; особенности речевого общения и коммуникативного поведения человека.

### 1.3. Основные уровни и параметры описания языкового портрета

Несмотря на тот факт, что изучение языкового портрета и языковой личности на сегодняшний день имеет определённую более или менее устоявшуюся традицию, следует признать, что более или менее единой модели описания языкового портрета до настоящего времени не существует. При этом представителями различных направлений научной мысли, которые достаточно подробно были описаны в предыдущем параграфе, выработан ряд моделей языковой личности, анализ которых может позволить сформировать основные параметры описания модели языкового портрета.

1. Интересной представляется концепция языковой личности, которая была предложена **И.Я. Чернухиной** в середине 90-х годов XX века. Так, согласно этой концепции структура языковой личности включает в себя две многомерности:

а) большая многомерность, параметрами которой, среди прочего, являются следующие элементы:

- интеллект, включающий типы речевого мышления, а также специфику менталитета;
- интуиция;
- пресуппозиция, т.е. знания о мире и человеке, которыми располагает данная личность, её жизненный опыт – как вербализованный, так и невербализованный, т.е. осознаваемая и неосознаваемая память;
- бытие в ауре добра;
- открытость природе, космосу;
- открытость ноосфере, культурной среде;

б) малая многомерность, которую составляют:

- чувственные и интеллектуальные эмоции, которые она способна переживать;
- речевой темперамент, проявляющийся в доминирующих типах экспрессии: спокойной, напряженной и форсированной<sup>1</sup> (рисунок 1.1).

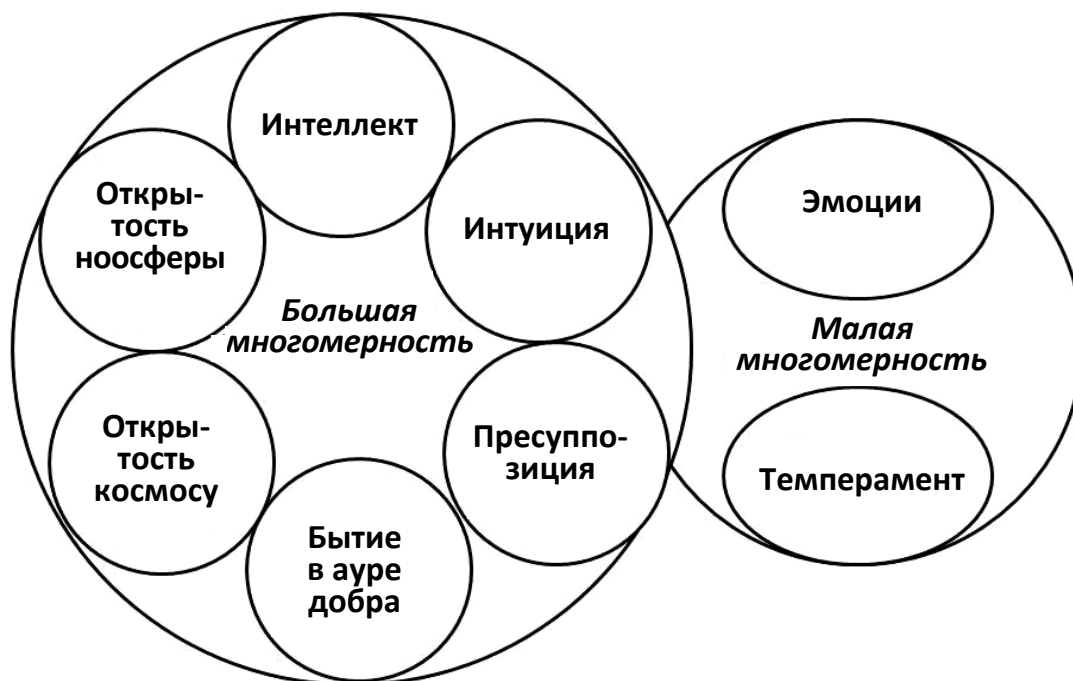


Рисунок 1.1 – Модель языковой личности (по И.Я. Чернухиной)

2. Структура языковой модели, предложенная **М.А. Канчер**, содержит три основных уровня:

1) стилистический, единицами которого являются языковые средства и приёмы их употребления, предпочитаемые данной личностью;

2) коммуникативно-прагматический, включающий стратегические и тактические ходы;

3) лингвокультурологический, в центре внимания которого находятся национально-культурные речевые сценарии, нормы и модели речевого пользования, соотносящиеся с картиной мира личности<sup>2</sup> (рисунок 1.2).

<sup>1</sup> Чернухина И.Я. Идеи антропоцентричной лингвистики в трудах В.В. Виноградова // *Stilistika*. – 1995. – IV. – С. 216.

<sup>2</sup> Канчер М.А. Языковая личность телеведущего в рамках русского риторического этоса (на материале игровых программ): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2002. – С. 11.



Рисунок 1.2 – Модель языковой личности (по М.А. Канчер)

Однако, безусловно, касаясь различных аспектов языковой личности, исследователи так или иначе ссылаются на модель, предложенную **Ю.Н. Карауловым**, которая представлена тремя основными уровнями:

1) вербально-семантический (вербально-грамматический) уровень, или лексикон, к которому Ю.Н. Караулов относит единицы, традиционно используемые при описании лексического и грамматического строя языка (слово, морфема, словоформа, словосочетание, синтаксема и др.);

2) лингвокогнитивный уровень, или тезаурус, в состав единиц которого включаются денотат, сигнификат, фрейм, фразеологизм, метафора, каламбур и др. Именно эти единицы организуют статичную и относительно стабильную картину мира;

3) мотивационный уровень, или прагматикон, в качестве единиц которого выступают тексты, пресуппозиция, дейксис, способы аргументации, «сценарии» и др. Эти единицы отражают интенции, цели и активную позицию носителя языка<sup>1</sup> (рисунок 1.3).

<sup>1</sup> Караулов Ю.Н. Языковая личность // Русский язык: энциклопедия. – 2-е изд., перераб. и доп. / гл. ред. Ю.Н. Караулов. – М.: Дрофа, 1997. – С. 671–672.

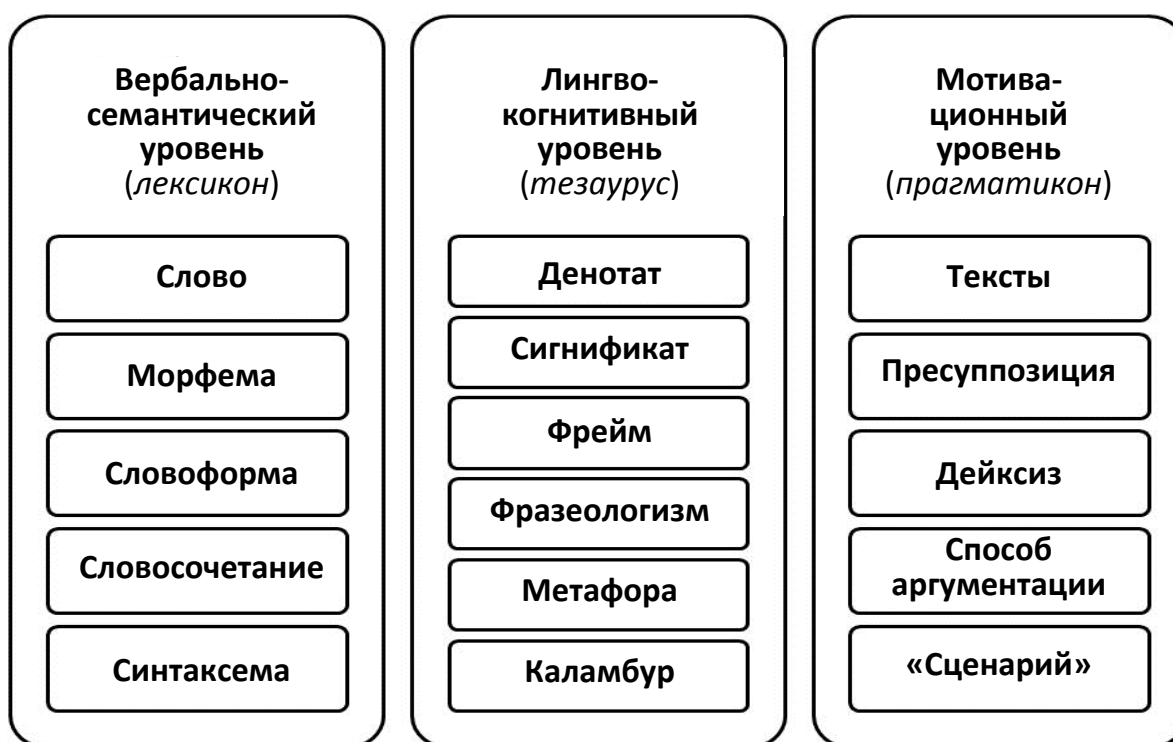


Рисунок 1.3 – Модель языковой личности (по Ю.Н. Караулову)

Разделяя данную точку зрения, О.Л. Каменская, добавляя к модели Ю.Н. Караулова эмоциональный и моторно-артикуляционный уровни, считает, что «на когнитивном уровне этнокультурный компонент проявляется в специфике концептов и фреймов, на языковом уровне – в специфике языковой картины мира, на эмоциональном уровне – в концептуализации эмоциональной сферы, на мотивационном уровне – в этническом характере, менталитете, на моторном уровне – в языке тела, жестов»<sup>1</sup>.

Таким образом, взяв за основу рассмотрение языкового портрета современного финансиста в контексте модели языковой личности, мы предлагаем проводить характеристику языкового портрета по следующей схеме.

### **I. АНАЛИЗ ЯРУСОВ ЯЗЫКА, ОТРАЖЁННЫХ В ЯЗЫКОВОМ ПОРТРЕТЕ**

Характерные фонетические особенности и специфические лексические единицы свободно фиксируются в речевой практике таких представителей языкового коллектива, для которых характерно преобладание в речи нелитературных форм языка. Однако существование кодифицированной в словарях и справочниках нормы

<sup>1</sup> Каменская О.Л. Текст и коммуникация. – М., 1990. – С. 119.

литературного языка хотя и уменьшает, но при этом не исключает полностью возможность использования специфических средств языка в речи его носителей.

Так, например, анализируя специфические особенности речевого портрета современного русского интеллигента, Л.П. Крысин отмечает, что для этого класса, в отличие от других социальных групп, характерно, среди прочего, особое произношение отдельных звуков, что наиболее отчётливо проявляется в речи представителей старшего поколения; использование специфических лексических единиц; своеобразное словоупотребление. Учёный отмечает, что не менее важным становится аспект сознательности использования тех или иных языковых средств, «причём это касается не только слов, принадлежащих неcodифицированным подсистемам языка, – просторечных, жаргонных или диалектных, а слов вполне литературных»<sup>1</sup>.

Некоторые исследователи более подробно останавливаются на изучении и описании какого-то одного элемента, свойственного речевому/языковому портрету определённой группы людей. К примеру, авторы фонохрестоматии «Русский речевой портрет» М.В. Китайгородская и Н.Н. Розанова<sup>2</sup> сфокусировали своё внимание на изучении орфоэпических и акцентологических особенностей в структуре речевого портрета. Анализируя данные магнитофонных записей, учёные предпринимают попытку вывить специфические черты, которые репрезентируют особенности речевой индивидуальности. При этом авторы отмечают, что анализ исключительно индивидуальных речевых особенностей, которые могут быть обусловлены отклонениями логопедического спектра, не является целью их исследования. В работе прежде всего рассматриваются орфоэпические и акцентологические пристрастия личности, которые проявляются в следующем:

1) наиболее частотный выбор того или иного орфоэпического варианта, существующего в рамках литературной нормы или входящий в сферу разговорного употребления;

---

<sup>1</sup> Крысин Л.П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // Русский язык в научном освещении. Вып.1. – М., 2001.– С. 90–106.

<sup>2</sup> Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Русский речевой портрет. Фонохрестоматия. – М.: Наука, 1995.

2) использование или неиспользование фонетического эллипсиса, который «состоит в сокращении, опущении, главным образом в разговорной речи, части звуковых сегментов, содержащихся в образцовом фонетическом тексте или в идеальном фонетическом облике слова»<sup>1</sup>;

3) преобладание в речи того или иного акцентного выделения.

В своей работе «Языковая личность» в художественном тексте» Л.Н. Чурилина анализирует репрезентацию единиц **вербально-семантического уровня** языковой личности в **индивидуальном лексиконе** персонажа романа Ф.М. Достоевского «Бесы». В исследовании автор намечает особенности соотношения таких понятий, как «индивидуальный лексикон», «внутренний лексикон», «ментальный лексикон», а также составляет словарь персонажа – «список слов, в совокупности составляющих его дискурс»<sup>2</sup>. Л.Н. Чурилина определяет **индивидуальный лексикон** как систему, «обслуживающую коммуникативные потребности отдельной личности», с помощью которой возможна реконструкция «фрагментов индивидуального образа мира»<sup>3</sup>.

Лексические и синтаксические особенности речи персонажа исследует в своей работе «Пути лингвостилистического выражения категорий автор – персонаж в художественном тексте» Е.А. Гончарова, которая отмечает, что «лексический состав фразы даёт представление об образно-понятийной сфере персонажа, а её синтаксическая организация отражает особенности логико-экспрессивного сцепления образов и понятий в процессе их познания»<sup>4</sup>. Особое значение, по мысли автора, приобретает явление повтора и использование средств лексической многозначности. При этом, как отмечает Е.А. Гончарова, специфика речевой структуры персонажа определяется не только повтором отдельных лексических единиц, который обусловлен использованием так называемой любимой лексики, а также лексики, социально и территориально окрашенной, но склонностью к употреблению однотипных синтаксических конструкций.

---

<sup>1</sup> Бельчиков Ю.А. Эллипсис // Русский язык: Энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 638.

<sup>2</sup> Чурилина Л.Н. «Языковая личность» в художественном тексте. – М., 2006. – С. 21.

<sup>3</sup> Там же. С. 22.

<sup>4</sup> Гончарова Е.А. Пути лингвостилистического выражения категорий автор – персонаж в художественном тексте. – Томск, 1984. – С. 98.



Работая над составлением речевого портрета губернатора Красноярского края, Е.В. Осетрова выделяет в качестве характерных черт особый пласт лексики, который соответствует социальному статусу объекта портретирования; специфическое построение фраз; различные средства выразительности (сравнения, метафоры, которые, по замечанию исследователя, зачастую носят бытовой характер); лексический повтор<sup>1</sup>.

Ряд лингвистических исследований, объектом изучения которых становится коллективная языковая личность, а предметом описания – коллективный речевой портрет, включают анализ единиц всех языковых уровней. Так, к примеру, Е.А. Земская в своей статье «Язык русского зарубежья: итоги и перспективы исследования», рассматривая изменения в речи представителей так называемого русского зарубежья, которые происходят под влиянием иностранных языков, предпринимает попытку описания на различных языковых уровнях связанных с этим процессом особенностей речи современного русского эмигранта, а также описывает причины и характер подобного влияния<sup>2</sup>.

Таким образом, проанализировав некоторые работы, в которых предпринимается попытка анализа индивидуального или коллективного языкового портрета, мы можем сделать вывод о том, что чаще всего описание того или иного уровня языкового портрета включает в себя характеристику особенностей одного или нескольких уровней языка. При этом в большинстве исследований значительное внимание уделяется лексическому и синтаксическому уровням, что, на наш взгляд, обусловлено большими демонстративными возможностями единиц данных уровней. Кроме того, существуют работы, в которых имеется более детальное описание одного из параметров реализации языкового портрета: так, при анализе речи конкретного человека или социальной группы одним из важнейших аспектов исследования становится соответствие нормам современного русского языка.

---

<sup>1</sup> Осетрова Е.В. Губернатор Красноярского края: наброски к речевому портрету // Российский лингвистический ежегодник. Вып. 2(9) / под ред. Т.М. Григорьевой. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2007. – С. 124–138.

<sup>2</sup> Земская Е.А. Язык русского зарубежья: итоги и перспективы исследования // Русский язык в научном освещении. – М., 2001. – № 1. – С. 114–131.

## II. ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ

В своём определении *речевого поведения* В.И. Карасик трактует его как «осознанную и неосознанную систему коммуникативных поступков, раскрывающих характер и образ жизни человека»<sup>1</sup>. В соответствии с концепцией Т.М. Николаевой, в речевом поведении следует выделять три стереотипа:

1) речевой стереотип, который представляет собой использование чужой речи говорящим;

2) коммуникативный стереотип, обуславливающий применение различного рода клишированных оборотов в одних и тех же речевых ситуациях;

3) ментальный стереотип, предполагающий наличие привычных реакций в процессе общения, которые могут выражаться как в языковой, так и в неязыковой форме<sup>2</sup>.

В классификации Л.П. Крысина для каждого из этих стереотипов характерно использование особых единиц языка: речевому стереотипу соответствует использование так называемых прецедентных феноменов (или прецедентных текстов); коммуникативному – формул общения; ментальным стереотипам – явление языковой игры<sup>3</sup>. Остановимся на этих единицах языка более подробно.

### 1. Формулы общения

Среди характерных особенностей, которые присущи речевому поведению, Л.П. Крысин особенно выделяет определяемое условиями общения умение переключаться с одних языковых разновидностей на другие. В этой связи, в соответствии с количеством разновидностей языка, которые доступны говорящему, выделяют *диглосность* (умение переключаться с одной разновидности языка на другую в зависимости от речевой ситуации) и *полиглосность* (умение переключаться между несколькими разновидностями языка в связи со спецификой речевой ситуации).

Использование различного рода формул общения определяется особенностями коммуникативного акта современного финанси-

---

<sup>1</sup> Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М., 2004. – С. 84.

<sup>2</sup> Николаева Т.М. «Социолингвистический портрет» и методы его описания // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики: доклады Всесоюзной научной конференции. Ч. 2. – М., 1991. – С. 73–75.

<sup>3</sup> Крысин Л.П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // Русский язык в научном освещении. Вып. 1. – М., 2001. – С. 90–106.

ста с людьми, состоящими с ним в разной степени знакомства, и обуславливается рядом правил, распространение которых демонстрируется уже на начальных стадиях речевого акта. В финансовом сообществе вырабатываются определённые речевые формулы, которые используются при повторении каких-либо ситуаций (т.е. становятся стереотипными), что проявляется в некоторой устойчивости грамматической структуры и семантического наполнения. Так, например, в ситуации, когда русская речевая культура ещё не выработала устойчивого обращения к малознакомому человеку, в речи финансистов нашли более или менее регулярное проявление такие формулы, как *господин* и *госпожа*. Кроме того, формулами общения, обладающими наивысшей степенью стереотипизации, являются этикетные формулы, которые отражают национальные представления об этических нормах. Одним из важнейших этических принципов, положенных в основу речевого общения современного финансиста, можно считать **принцип паритетности**, который находит своё воплощение в речевом поведении на всём протяжении коммуникативного акта от приветствия до прощания. Этикетные формулы являются важной составляющей коммуникативной компетенции современного финансиста, знание которых демонстрирует высокую степень владения речевой культурой русского языка.

## 2. Прецедентные феномены

Владение человека родным языком определяется не только знанием норм устной и письменной речи, но и способностью языковой личности к восприятию или порождению текстов. Данная способность подразумевает определённый уровень умения использовать в языковой практике готовые речевые произведения в соответствии с особенностями ситуации общения и с ориентацией на поставленные коммуникативные цели, такие как поддержание коммуникативного контакта, демонстрация своего культурного уровня, выражение отношения к чему-либо. Подобная способность к восприятию, использованию и порождению готовых текстов определяет степень владения языком, а также демонстрирует качество этого владения, в связи с чем считается важнейшим аспектом речевой характеристики.

В процессе коммуникации современный финансист использует не только формулы общения, обладающие известной степенью

стереотипизации, но и так называемые **прецедентные тексты**. Под прецедентными текстами понимаются распространённые и часто воспроизводимые тексты, знакомые широкому кругу носителей языка и отражающие культуру данного общества<sup>1</sup>. Следует отметить, что знание прецедентных текстов во многом отражает определённый культурологический фон современного финансиста.

Способность представителя финансовой сферы к порождению и восприятию прецедентных текстов зависит от ряда факторов, среди которых особо следует отметить степень близости собеседников в социальном и психологическом плане, специфический характер коммуникативной ситуации, а также общность знания, позволяющая говорящему использовать в своей речи такие элементы, которые слушающий может распознавать, воспринимать и определённым образом интерпретировать.

Прецедентные тексты самым тесным образом связаны с прагматическим уровнем языковой личности, который предполагает выявление мотивационно-целевого комплекса характеристик речевого поведения. Ввиду того, что использование в речи прецедентных текстов является показателем уровня языковой личности, их анализ и интерпретация позволяют сделать вывод об особенностях системы взглядов на мир, которые выражаются в языковой форме. Как известно, прецедентные высказывания демонстрируют определённую точку зрения на различные явления и процессы в окружающей действительности. При этом источники цитирования могут быть разнообразными. В частности, исследователи языковой личности Ю.М. Лотмана отмечают его апелляцию к произведениям А.С. Пушкина, Н.В. Гоголя, библейскому тексту, текстам анекдота, пословиц и поговорок<sup>2</sup>. Использование прецедентных феноменов в речи государственных служащих рассматривает М.Н. Панова<sup>3</sup>; роли таких текстов в формировании языковой личности посвящено исследование Л.П. Сугоняевой<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Иванцова Е.В. Мир личности в прецедентных текстах // Проблемы лексикографии, мотивологии, дериватологии. – Томск: Изд-во Томского ун-та, 1998. – С. 69.

<sup>2</sup> Парсамова В.Я. Языковая личность учёного в эпистолярных текстах (на материале писем Ю.М. Лотмана): дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2004.

<sup>3</sup> Панова М.Н. Языковая личность государственного служащего: опыт лингвометодического исследования. М.: РУДН, 2004.

<sup>4</sup> Сугоняева Л.П. Роль прецедентных текстов в формировании языковой личности. – М.: МГТУ, 2000. URL: [http://www.mstu.edu.ru/science/conferences/11ntk/materials/section3/section3\\_2.html](http://www.mstu.edu.ru/science/conferences/11ntk/materials/section3/section3_2.html) (дата обращения: 23.09.2016).

Источники прецедентных текстов в финансовой сфере могут быть разнообразными, однако чаще всего в качестве такого источника выступает исторический контекст (ср., напр., *вторая волна приватизации, гайдаровские реформы* и пр.).

### **3. Языковая игра**

Языковая игра является важной частью речевого портрета, поскольку игра со словом может быть охарактеризована как характерная черта речевого поведения, которая демонстрирует различие между носителями языка, а также представителями разных социальных групп или возрастных категорий. Под **языковой игрой** подразумевается искажение слова, которое носит намеренный характер и реализуется в обыгрывании звукового состава, осмыслении его внутренней формы, а также связей с другими словами. Наиболее ярким примером языковой игры принято считать каламбуры.

По мнению Л.П. Крысина, к языковой игре в наибольшей степени склонны образованные и культурные носители языка. Активная позиция говорящего при этом определяется характеристиками современной языковой личности финансиста, к наиболее важным признакам которой следует отнести предельную сдержанность в высказываниях различного рода оценок, интернациональность и мобильность. Кроме того, в российском обществе бытует не всегда оправданный речевой стереотип, согласно которому финансист (преимущественно – бухгалтер) крайне аскетично проявляет себя в речевой коммуникации, используя простые предложения и незатейливые речевые конструкции, без символических метафор и элементов языковой игры, апеллируя лишь «сухими» терминами, с использованием «языка букв и цифр» (подробнее о языковой игре в финансовой сфере – см. параграф 5.3.).

### **III. ИЗУЧЕНИЕ ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ**

Исследование языкового портрета с лингвопрагматических позиций позволяет оценить основные компоненты структуры языкового портрета в контексте специфики речевой ситуации, выбранной коммуникативной роли, намеченной тактики и стратегий эффективной речевой коммуникации.

Таким образом, **речевой портрет** – это речевые предпочтения языковой личности, а также совокупность специфических черт, ко-

торые позволяют стать ей узнаваемой на фоне остальных. Единой строгой схемы анализа не разработано, однако при изучении проведённых исследований в нашей работе мы будем учитывать:

1) лексический уровень, при изучении которого анализируются особенности словоупотребления;

2) уровень, отражённый в представлениях языковой личности об окружающей действительности, которые заключены в значениях слов и выражений и в совокупности называются картиной мира говорящего;

3) уровень коммуникативных ролей, стратегий и тактик.

## **Выводы**

Подводя итог рассмотрению категории языкового портрета в современной лингвистической науке, отметим следующее.

1. Понятие языкового портрета в современных научных исследованиях не находит однозначного толкования. При этом предпосылки его изучения были заложены ещё в середине XX века в трудах отечественных и зарубежных представителей гуманитарного научного знания (языковедов, психолингвистов, социолингвистов, когнитологов и др.).

2. Для описания языкового портрета современного человека необходимо использовать понятие **когнитивный стиль**, которое всё чаще связывают с поведением человека, с особенностями его характера, а также с принципиальной способностью человека осуществлять важнейшие когнитивные процессы, определяющие структуру языковой деятельности человека.

3. Среди основных **функций когнитивного стиля** следует отметить адаптационную, компенсаторную, системообразующую функции, а также функцию самовыражения. Указанные функции находят своё прямое воплощение в языковом портрете каждой языковой личности.

4. Важнейшим аспектом изучения **языкового портрета** является анализ соотношения языкового портрета и языковой личности, которые взаимодействуют друг с другом и обуславливают друг друга. Детальное исследование такого феномена, как **языковая личность**, порождает множество научных дефиниций, в которых используются различные определения, в том числе и такие, как *речевая, коммуникативная, словарная*. Наиболее распространённым и признанным в научных кругах определением *языковой личности*

считается трактовка, данная Ю.Н. Карауловым. Впоследствии многие исследователи в процессе изучения особенностей данного феномена опирались на выработанную этим учёным модель структуры языковой личности. В последнее время появилось множество научных работ, которые посвящены описанию разнообразных типов языковой личности: индивидуальной, коллективной, диалектной. В рамках изучения первой разновидности прослеживается ряд исследований, в центре внимания которых оказываются языковые личности представителей творческой сферы человеческой деятельности: поэты, писатели, литературные критики, деятели культуры и искусства. Кроме того, изучаются как рядовые представители языкового коллектива, так и персонажи различных художественных произведений.

5. Современная языковая личность может быть охарактеризована как *неоднозначная*, что обусловлено общественной и внутриличностной борьбой когнитивного соответствия и диссонанса. Так, с одной стороны, к основным чертам когнитивного стиля современной языковой личности можно отнести такие мелиоративные качества, как демократичность, мобильность, креативность, динамичность, склонность к инновационным процессам, открытость, тяготение к разрушению стереотипов, оптимизм, способность к формированию и пониманию новых сложных областей знаний. С другой стороны, эти характеристики современной языковой личности звучат в диссонансе с такими пейоративными качествами, как нестабильность, излишняя импульсивность, поверхностность, недостаточная гуманитарная образованность, лингвистический нигилизм и др. Эти особенности языковой личности находят своё отражение в речевых реализациях индивидов, а шире – в языковом портрете.

6. Групповой и индивидуальный когнитивный стиль, свойственный XXI веку, оказывает непосредственное влияние на языковой портрет нашего современника. Характеристики когнитивного стиля могут быть отнесены и к тем свойствам, которые дают возможность сформировать целостный языковой портрет современной языковой личности. Таковы некоторые особенности языковой личности начала XXI века, нуждающейся в дальнейшем лингвистическом, философском, социологическом и культурологическом изучении.

## → КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. В каких трудах были заложены основы изучения языкового портрета в современной лингвистической науке?

2. Почему на современном этапе развития культуры и общества необходимо изучать **языковой портрет**?

3. Что такое **когнитивный стиль**? Как он соотносится с **языковым портретом**?

4. Как трактуют понятие **языковой личности** представители различных научных направлений?

5. Какова структура **языковой личности** в соответствии с концепцией Ю.Н. Караулова?

6. Соотносятся ли понятия **языковой портрет** и **языковая личность** в современном языкознании? Каковы взаимоотношения этих дефиниций?

7. Назовите основные уровни и параметры описания **языкового портрета** современной языковой личности.

## → ЗАДАНИЯ

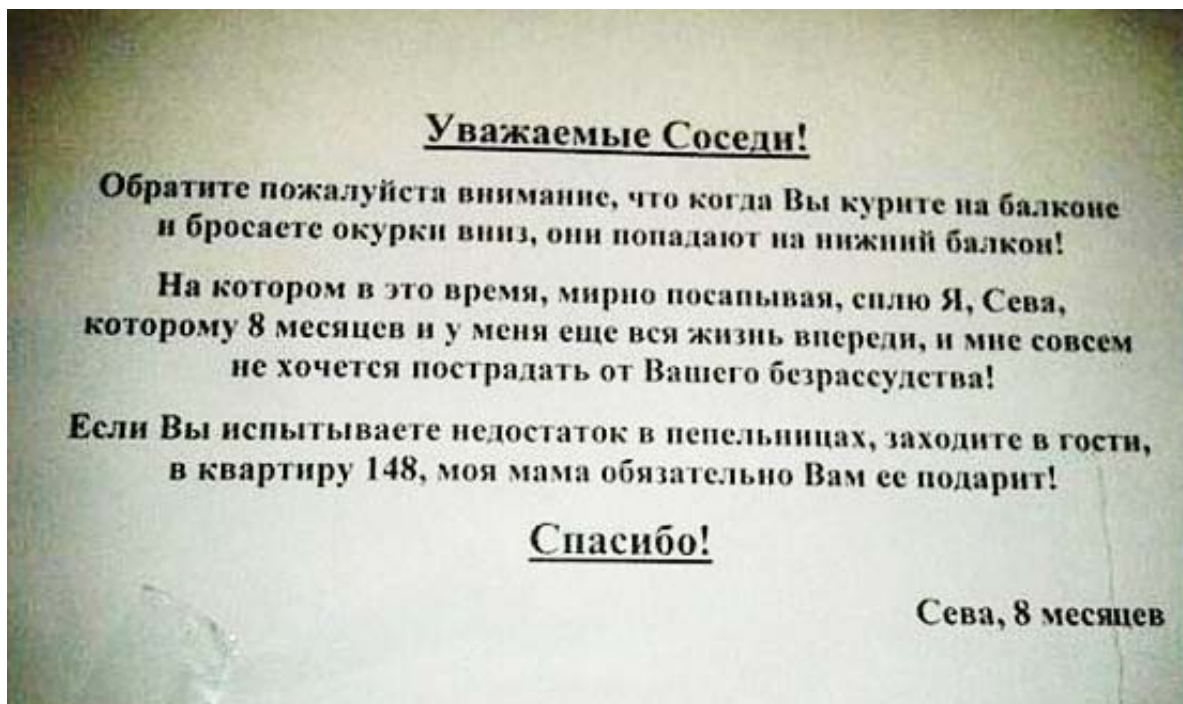
1. Используя дополнительную литературу, составьте конспект-таблицу «Теории когнитивных стилей», отразив в ней следующие позиции:

Название теории	Период развития	Научное направление, в рамках которого развивалась теория	Представители	Суть теории
Теория когнитивного соответствия				
Теория структурного баланса				
Теория коммуникативных актов				
Теория конгруэнтности				
Теория когнитивного диссонанса				



2. Попробуйте проанализировать языковой портрет вашего одноклассника, выделив основные особенности его речи (наличие жаргонизмов, заимствованных слов и т.д.), а также наиболее часто встречающиеся ошибки. Сделайте вывод об особенностях языкового портрета современного студента-экономиста.

3. Как вы можете охарактеризовать языковую личность, являющуюся автором данного объявления<sup>1</sup>?



## ➔ ТЕСТЫ

1. Серию фонетических портретов известных деятелей науки, искусства и общественной жизни XVIII–XX вв. создал:

- а) Р. Мак-Дэвид;
- б) Дж. Гамперц;
- в) Б.А. Ларин;
- г) М.В. Панов.

2. К функциям когнитивного стиля, по мнению И.П. Шкуратовой, не относится:

- а) адаптационная;
- б) эстетическая;
- в) функция самовыражения;
- г) системообразующая.

<sup>1</sup> URL: [www.adme.ru](http://www.adme.ru).

3. Расставьте соответствия теорий когнитивных стилей и их основных положений:

1	<i>Теория когнитивного соответствия</i>	<b>А</b>	Средством преодоления дискомфорта, вызванного несоответствием между отношением человека к другому человеку и его отношением к общему для них объекту, является развитие коммуникации между партнёрами
2	<i>Теория структурного баланса</i>	<b>Б</b>	Когнитивная структура человека не может быть несбалансированной, дисгармоничной
3	<i>Теория коммуникативных актов</i>	<b>В</b>	Диссонанс как негативное побудительное состояние, возникающее в ситуации, когда субъект одновременно располагает двумя психологически противоречивыми знаниями об одном объекте, субъективно переживается как дискомфорт, от которого стремятся избавиться либо путём изменения одного из элементов диссонансных знаний, либо путём введения нового элемента
4	<i>Теория конгруэнтности</i>	<b>Г</b>	Идея соответствия и идея атрибуции: состояние сбалансированности когнитивной структуры человека в ситуации восприятия им другого человека и построения двух рядов отношений
5	<i>Теория когнитивного диссонанса</i>	<b>Д</b>	Для достижения соответствия в когнитивной структуре человек одновременно изменяет своё отношение и к другому человеку, и к тому объекту, который они оба оценивают

4. Кем впервые был введен в научный обиход термин **языковая личность**:

- а) В.В. Виноградовым;
- б) Ю.Н. Карауловым;
- г) В. фон Гумбольдтом;
- д) Б. де Куртене.

5. Что из перечисленного Ю.Н. Караулов не выделял в качестве направлений, в рамках которых языковая личность для учёного может представлять как задача исследования, объект изучения и исследовательский приём:

- а) психолингвистическое направление;
- б) лингводидактическое направление;
- в) литературно-художественное направление;
- г) социологическое направление.

6. Какого уровня нет в описанной модели языковой личности Ю.Н. Караулова:

- а) вербально-семантического;
- б) стилистического;
- в) лингвокогнитивного;
- г) мотивационного.

7. Намеренное искажение слова, обыгрывание звукового состава, внутренней формы, связей с другими словами, каламбуры – это:

- а) прецедентные феномены;
- б) языковая игра;
- в) формулы общения;
- г) речевые клише.





## Г л а в а 2

# ЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ VS РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ: ОБЩЕЕ И РАЗЛИЧИЕ

### 2.1. Язык и речь: соотношение понятий в структуре языкового портрета

Даже рядовому носителю языка вполне очевидно наличие двух основополагающих в лингвистике понятий – **язык** и **речь**. При этом определённая методическая размытость изучения данных явлений обуславливает принципиально неправильный подход к ним как к синонимическим терминам, который встречается даже в некоторых вузовских учебниках по междисциплинарным наукам<sup>1</sup>. Однако в языкознании уже на протяжении достаточно длительного времени существует традиция разделять **язык** как систему знаков и **речь** как индивидуальное психофизическое явление, заключающееся в непосредственном активном использовании средств языка в соответствии с коммуникативным замыслом говорящего. Органическая взаимосвязь языка и речи осуществляется в коммуникативной деятельности человека через языковую и речевую активность личности.

Мысль о принципиальном различии языка и речи высказывалась ещё в трудах выдающегося немецкого мыслителя и учёного В. фон Гумбольдта, который указывал на то, что каждый человек «употребляет язык для выражения именно своей неповторимой самобытности», при этом язык «есть средство преобразования субъективного в объективное», в связи с чем язык «следует рассматривать не как мертвый продукт, но как созидающий процесс»<sup>2</sup>.

Однако первое структурированное и научно обоснованное осмысление специфики различия языка и речи встречается в «Кур-

---

<sup>1</sup> Ср., напр.: Зимняя И.А. Лингвопсихология речевой деятельности. – М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2001.

<sup>2</sup> Гумбольдт В. Избранные труды по общему языкознанию. – М., 1984. – С. 69.

се общей лингвистики» швейцарского лингвиста, заложившего основы семиологии и структурной лингвистики, стоявшего у истоков Женевской лингвистической школы, Фердинанда де Соссюра, который разграничил понятия «язык» (*langue*) и «речь» (*parole*) как различные формы существования неоднородной и противоречивой системы фактов, процессов и явлений. По мысли Ф. де Соссюра, язык и речь «тесно между собой связаны и друг друга взаимно предполагают: язык необходим, чтобы речь была понятна и производила своё действие; речь, в свою очередь, необходима для того, чтобы установился язык: исторически факт речи всегда предшествует языку»<sup>1</sup>. Таким образом, развитие языка может проявляться только в речи, поскольку именно живая речь является формой существования и развития языка. Однако, признавая факт органической взаимообусловленности языка и речи, Ф. де Соссюр отмечает, что это две вещи совершенно различные, т.е., очевидно, противопоставляет, а вернее сказать, разграничивает язык и речь.

**Язык** представляет собой совокупность означаемого и означающего, которая находит своё непосредственное воплощение в речевой деятельности, в то время как **речь** является процессом выражения мысли различными языковыми средствами, реализацией языковой потенции. При этом в качестве специфического свойства речи Ф. де Соссюр видит свободу комбинаций в использовании средств языка.

Заложенная в трудах Ф. де Соссюра проблема соотношения языка и речи на последующих этапах развития лингвистической науки рассматривалась в работах выдающихся лингвистов, среди которых особо следует отметить Л. Ельмслева, О. Есперсена, И.И. Мещанинова, А.И. Смирницкого, Л.В. Щербу и др. При этом в лингвистических исследованиях первой половины XX в. преобладал преимущественно глубокий и всесторонний анализ языковой системы, специфики её строения и функционирования. Однако, уже начиная с 60-х годов XX века, а особенно активно в последние десятилетия, центр внимания учёных переместился на процесс **речевой деятельности**, в связи с чем объектом анализа стали сложные процессы говорения и понимания, построения высказываний, связанных текстов, дискурса.

---

<sup>1</sup> Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики. – М., 1933. – С. 39.

Речь как явление многообразное и многоплановое являлась и является объектом изучения представителей разных областей научного знания, находясь в центре внимания не только лингвистов (специалистов по фонетике и стилистике) и представителей междисциплинарных направлений исследования (психолингвистика, социолингвистика, нейролингвистика и пр.), но и психологов, логопедов, физиологов, педагогов (в том числе специалистов по коррекционной педагогике), специалистов по различным видам коммуникации, исследователей процессов высшей нервной деятельности, а также учёных, занимающихся акустикой. Кроме того, различные аспекты речи и речепроизводства рассматриваются в трудах по философии, логике, социологии, литературоведению.

В целом современная наука признаёт речь феноменом индивидуальной жизни, в связи с чем её главным и основным субъектом следует определить отдельного человека. Однако в речи не только реализуется сигнификативный аспект, т.е. процесс означивания действительности, но и отражается определённая последовательность жизненных событий. Таким образом, речь не следует считать явлением односторонним, а напротив, в процессе речепроизводства происходит двусторонний, а в некоторых случаях даже многосторонний процесс взаимодействия человека с окружающей действительностью.

Определяя речь как акт выражения мысли говорящим посредством языковых средств, мы неизбежно приходим к необходимости определения такого термина, как *речевая деятельность*, под которой в современной науке понимаются в определённой последовательности (в зависимости от условий общения) чередующиеся процессы слушания, говорения, восприятия чужой речи, в которых реализуется трансформация совокупности различных элементов языка в речевые тексты<sup>1</sup>.

Следует отметить, что, говоря о том, что язык находит своё непосредственное воплощение в речи, мы вовсе не подразумеваем тот факт, что язык встраивается в речь как целостная система. Напротив, язык вливается в речь отдельными своими элементами, которые говорящий избирает в качестве наиболее подходящих в соответствии с ситуацией общения и своим коммуникативным замыслом. Таким образом, непосредственно в речи данные языковые

---

<sup>1</sup> Звегинцев В.А. Язык и лингвистическая теория. – М., 2001. – С. 58.

фрагменты получают «свое особое, специфическое для данного текста построение»<sup>1</sup>. Иными словами, единица языка используется говорящим, для того чтобы именно в речи реализовать своё знание об объективном мире и отразить своё субъективное отношение к этому миру и к тому, что он говорит. При этом речь представляет собой процесс, в котором в большинстве случаев участвуют как минимум два субъекта: говорящий (или пишущий) и слушающий (или читающий).

На протяжении развития лингвистической науки идеи **разграничения языка и речи** сформировались в определённые оппозиции, представляющие признаки, принципиально отличающие язык от речи либо проводящие границы между этими явлениями.

1. Принципиальное различие языка и речи заключается в том, что, участвуя во взаимодействии людей («слушающего и говорящего»), язык, в отличие от речи, не определяется индивидуальным волеизъявлением, поскольку из всего многообразия вариантов, которые предлагает говорящему язык, говорящий, для того чтобы адекватно выразить свою мысль, выбирает один, который кажется ему более подходящим для установления контакта с собеседником, исходя из конкретной ситуации общения.

Таким образом, можно утверждать, что язык «оживает» в речи. Однако двусторонний процесс сосуществования языка и речи обуславливает тот факт, что и речь без языка не существует, поскольку именно язык предоставляет речи как акту индивидуального волеизъявления конкретного человека возможность выразить свою мысль вербальными средствами выбирать из множества языковых средств те, что могут быть наиболее эффективными. Таким образом, мы приходим к тому выводу о том, что речь и язык следует противопоставить как **индивидуальное** и **социальное** явление. В этой связи можно говорить о том, что язык отражает языковую картину мира, сформированную в данной лингвокультуре, т.е. транслирует последующим поколениям говорящих на данном языке предыдущий опыт народа (наиболее ярко это проявляется в идиоматическом фонде языка), а речь фиксирует индивидуальный опыт отдельного представителя языкового коллектива.

2. Будучи социальным явлением, язык представляет собой **культурное достояние** любого народа, при этом является систе-

---

<sup>1</sup> Кацнельсон С.Д. Типология языка и речевое мышление. – М., 2002. – С. 98.

мой знаков, которая регулируется определёнными нормами. Речь же представляет собой **функциональную систему**, реализующую потенции языка и допускающую элементы случайного, внесистемного использования языковых средств, а в некоторых случаях и преднамеренного нарушения норм.

3. Следующим направлением разграничения языка и речи следует назвать оппозицию **эксплицитности** и **имплицитности**. Язык эксплицитен, то является явным, открытым феноменом, представляющим систему своих единиц для полного и всестороннего использования. Речь же может быть и имплицитной, т.е. не выраженной явно или только подразумеваемой. В этой связи в психологии и психолингвистике активно разрабатывается понятие внутренней речи, которое наиболее полно было изучено в работах известного отечественного психолога Л.С. Выготского, справедливо заметившего, что внутренняя речь «есть всё же речь, то есть мысль, связанная со словом»<sup>1</sup>.

4. Язык является объектом **идеального мира**, в то время как речь **материальна**. Безусловно, и речь может быть идеальной, однако в данном случае имеется в виду имплицитная речь, о которой было сказано выше.

5. В то время как язык имеет **уровневую организацию**, включающую в себя фонетический, морфемный, словообразовательный, лексический, морфологический, синтаксический, стилистический и др. уровни, речь представляет собой **линейную организацию**, существующую в устной и письменной форме.

6. Следует отметить, что язык более **консервативен**, нежели речь, поскольку в отдельно взятый период представляется **стабильным**, не претерпевающим коренных изменений (хотя эти изменения, безусловно, существуют, однако очевидными и осознаваемыми носителями языка и его исследователями они становятся по прошествии определённого времени), при этом речь следует признать **динамичной** и именно речь в конечном счёте определяет специфику тех изменений, которые коснутся системы языка, т.к. именно в речи данные изменения проходят путь от единичных фактов до явлений системного характера.

Вполне очевидно, что подобное противопоставление в определённой степени носит условный характер, однако следует отметить,

---

<sup>1</sup> *Выготский Л.С.* Мышление и речь. – М.: АСТ; Астрель, 2011. – С. 290.



что данное разграничение в самом общем смысле демонстрирует различие между речью и языком, хотя учёные второй половины XX века определяют это противопоставление несколько иначе. Например, известный американский лингвист и философ Н. Хомский в русле противопоставления языка и речи выдвигает идею оппозиции *языковой компетенции (competence)* и *языкового исполнения (performance)*. Более того, в лингвистических работах последних двух десятилетий вопрос о соотношении и разграничении понятий *язык* и *речь* становится не настолько актуальным, поскольку обе дефиниции начинают рассматриваться как единый феномен человеческой деятельности: «Язык только тогда язык, когда он способен выступать в речи, которая требует обязательного участия мысли»<sup>1</sup>.

Итак, сосуществование языка и речи представляет собой сложное диалектическое единство. Язык является средством общения, инструментом осуществления речевой коммуникации и одновременно средством, инструментом мышления, но исключительно в процессе осуществления речевой деятельности; «язык создаётся в речи и постоянно в ней воспроизводится»<sup>2</sup>. Взаимодействие языка и речи весьма отчётливо просматривается в органическом переплетении и обусловленности друг другом их **основных функций**.

1. Одной из важнейших функций языка является **коммуникативная функция**, однако только в речи язык в полной мере реализует своё коммуникативное назначение. При этом совершенно очевидно, что именно язык позволяют индивиду устанавливать контакт с другим человеком, воздействовать на него посредством языковых средств, описывать своё эмоциональное состояние, выполнять определённые социальные функции.

Итак, коммуникативная функция языка реализуется в *речевом акте*, под которым понимается элементарная единица речи, последовательность языковых выражений, которую произносит говорящий и которая понятна тому/тем, кому она адресована (т.е. носителям языка); при этом основной задачей речевого акта является воздействие на мысли адресата, когда он интерпретирует высказывание говорящего<sup>3</sup>. Таким образом, в сфере речевой деятельности ведущее место также принадлежит коммуникативной функции.

---

<sup>1</sup> Звегинцев В.А. Мысли о лингвистике. – М.: МГУ, 1996. – С. 64.

<sup>2</sup> Жинкин Н.И. Речь как проводник информации. – М.: Наука, 1982. – С. 32.

<sup>3</sup> Хэллiday М. Теория речевых актов. – М.: Исток, 1997. – С. 111.

2. Коммуникативная функция языка и речи тесно связана с **когнитивной функцией** языка, которая заключается в том, что язык представляет собой средство познания индивидом окружающей действительности. Данная функция отражает процессы взаимодействия языка, мышления и объективной действительности.

3. В процессе познания окружающей действительности человек неизбежно сталкивается с необходимостью каким-то образом обозначать объекты познаваемого им мира. За данный процесс отвечает **номинативная функция** языка, которая реализуется посредством определения наиболее существенных признаков какого-либо предмета, факта или явления и непосредственного обозначения этих признаков, т.е. их наименования, называния каким-либо словом (ср., например, словом «вторник» выделяется существенный признак «второй день недели» и др.). Отметим, что, безусловно, не все предметы, факты и явления получают своё наименование по тем признакам, которые являются наиболее значимыми для говорящего, либо мотивация многих из подобных наименований уже не осознаётся носителями языка. Однако неоспоримым остаётся тот факт, что значимые объекты познаваемого человеком мира так или иначе обозначаются им конкретной языковой единицей. Отечественный учёный Л.С. Выготский, исследовавший особенности развития человеческой речи как психологического феномена, справедливо отмечал: «Слово как наименование и указание – первичная функция в онтогенетическом развитии речи, из которой можно вывести все остальные»<sup>1</sup>.

4. Важное место в процессе человеческой деятельности занимает **мыслеобразующая функция** языка, которая реализуется в том, что именно языковыми средствами носитель языка передаёт в процессе речевой деятельности свои мысли и именно посредством языковых единиц он их формирует и формулирует.

5. Речевая деятельность представляет собой общественный процесс, поскольку она протекает и осуществляется в обществе и призвана обеспечивать социальное взаимодействие людей. В этой связи с коммуникативной функцией теснейшим образом связана **контактоустанавливающая (фатическая)** функция речи, которая реализуется в том, что на определённых этапах речевого общения (в начале и в конце беседы, а также непосредственно по ходу

---

<sup>1</sup> Выготский Л.С. Избранные психологические исследования. – М., 1956. – С. 225.

разговора) участники коммуникативного акта определяют уровень взаимодействия посредством определённых речевых оборотов. Так, при встрече в большинстве культур принято произносить слова приветствия, а при завершении разговора – прощания. В процессе беседы мы нередко используем сочетания «Вы меня понимаете?» и др., для того чтобы определить, насколько успешно протекает данное речевое взаимодействие.

6. Наряду с необходимостью установить контакт с другим участником общения, говорящий должен определённым образом контролировать своё поведение, что обуславливается существованием различных (морально-нравственных, правовых, культурно-этических) норм взаимодействия людей в любом обществе, в связи с чем на первый план выходит **регулирующая функция**, которая в большей степени свойственна речи, нежели непосредственно языку. Так, именно с помощью речи (в первую очередь – внутреннего монолога) человек может анализировать, планировать и оценивать собственное поведение в ходе взаимодействия с другими людьми или объектами окружающей действительности.

7. Особое место в системе функций языка и речи занимает **экспрессивная (эмотивная) функция**, которая реализуется в передаче отношения говорящего к высказываемому, а также в прямом выражении его чувств. В случае преобладания данной функции большее значение приобретает не само сообщение, а то, как к нему относится говорящий. В этой связи основную нагрузку берут на себя экспрессивно насыщенные слова, среди которых особенно стоит отметить междометия («ай», «ох», «увы»), вводные слова и конструкции, а также эмоционально-окрашенную лексику.

8. В некоторых речевых актах на первый план выходит **апеллятивная (директивная) функция**, которая воплощается в том, что основной задачей говорящего является воздействие на адресата речи, с тем чтобы вызвать его реакцию, поэтому в подобных высказываниях появляются такие важные языковые средства, как формы повелительного наклонения глаголов, а также обращения.

Вполне очевидно, что в процессе реализации функции языка и речи тяготеют к сочетанию, взаимодействию и взаимопроникновению. Однако чаще всего разделение функций на функции языка и функции речи выглядит следующим образом (рисунок 2.1).



Рисунок 2.1 – Функции языка и речи

Отметим, что наряду с указанными основными функциями языка и речи выделяются также и некоторые другие частные функции, к которым относятся, к примеру, следующие:

- **метаязыковая функция**, которая реализуется в том, что все факты и явления языка человек разъясняет непосредственно языковыми средствами;
- **эстетическая функция**, т.е. функция творчества, в ходе которого различные языковые единицы (в первую очередь – тексты) становятся эстетическими объектами;
- **магическая функция**, проявляющаяся в том, что в большинстве культур существуют отдельные языковые единицы или тексты, воспринимаемые носителями языка как сакральные (ср. русская пословица «что написано пером, то не вырубишь топором»).

Итак, язык и речь представляют собой два разных явления, которые, однако, взаимосвязаны и зачастую взаимозависимы, что проявляется и в переплетении их основных функций. Это диалектическое единство речи и языка реализуется в том, что язык является средством осуществления речевой деятельности, которая без языка не может существовать.

В единстве языка и речи реализуется двойственная природа самого человека, который на протяжении всей своей жизни выполняет в человеческом обществе определённые функции и играет определённые социальные роли. Интерес к тому, как влияет человек на язык и язык на человека определил активную тенденцию к антропоцентризму в современной лингвистической науке, которая в последние десятилетия стала рассматривать язык не сам по себе, а в контексте его соотношения с языковой личностью.

## 2.2. Языковой и речевой портрет: многоаспектность дефиниций

Одновременно с термином **языковая личность** в лингвистике последних десятилетий активно формируется методика речевого портретирования, в центре внимания которого находится человек, представляющий собой активного субъекта речепроизводства, будь то устная или письменная речь. Собственно говоря, один из элементов понятия **языковой портрет** может быть изначально истолкован в своём прямом значении, исходя из трактовки портрета как изображения человека на картине или фотографии, ср.: «ПОРТРЕТ, – а; м. [франц. *portrait*]. Произведение изобразительного искусства, содержащее изображение какого-л. определённого человека или группы людей (в живописи, скульптуре, графике и фотографии)»<sup>1</sup>. При этом в большинстве толковых словарей отражается и переносное значение данного слова: «Художественное изображение, образ литературного героя»<sup>2</sup>.

Как может представляться на первый взгляд, термин **языковой портрет** представляется не вполне удачным в силу того, что в его структуре присутствует полисемантическая лексема из сферы общеупотребительной лексики русского языка. Особенно отчётли-

---

<sup>1</sup> Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2000. – С. 927.

<sup>2</sup> Там же. – С. 928.

во это демонстрируется в контексте того, что данный термин изначально и на протяжении достаточно долгого времени использовался в литературоведении в ходе исследования особенностей различных художественных образов, специфики разнообразных авторских стилей. Данный факт и предопределил то, что сформировалась некоторая неопределённость использования понятия **языковой портрет**, обусловленная неоднозначностью его толкования.

Несмотря на это, термин **языковой портрет** на сегодняшний день можно рассматривать как вполне традиционный и устоявшийся для современной лингвистической науки. При этом его следует охарактеризовать как вполне удачный, что определяется рядом факторов. Так, исследуя знаковую природу как живописного, так и литературного портрета, отечественный литературовед Ю.М. Лотман проводит интересное разграничение, демонстрирующее принципиальную разницу между портретом и фотографией и тем самым показывающее специфику самого портрета. Ю.М. Лотман пишет о том, что в портрете выделяются особенные черты личности человека, «которым приписывается смысловая доминанта». При этом не только и не столько тождество между оригиналом и портретом является важным, сколько необходимо утверждение «этого сходства в определённом социокультурном контексте». Что касается другой важной характеристики портрета, отличающей его от фотографии, – динамики, то Ю.М. Лотман определяет её как одну из «художественных доминант», утверждая, что «время портрета – динамично, его «настоящее» всегда полно памяти о предшествующем и предсказанием будущего». В этой связи делается вывод о том, что «по качеству и глубине передачи он будет намного более сложной и многоуровневой работой, гораздо лучше передающей личность»<sup>1</sup>.

Понятие **речевой портрет** в лингвистической науке, как и портрет в философии Ю.М. Лотмана, в первую очередь демонстрирует способность речевого поведения человека определённым образом передавать личностные доминантные смыслы.

Следует отметить, что термин **языковой портрет** достаточно активно был воспринят научной общественностью ещё и потому, что начало его использования было отмечено в работах весьма ав-

---

<sup>1</sup> Лотман Ю.М. Портрет // Статьи по семиотике культуры и искусства. – СПб.: Академический проект, 2002. – С. 349–375.

торитетных учёных (В.В. Виноградов, М.В. Панов и др.), которые не побоялись прибегнуть к терминовтворчеству и начали активно использовать новое терминологическое сочетание в своих работах. Со временем этот термин стали использовать и теоретически осмыслять в своих работах и другие известные учёные<sup>1</sup>.

Вполне очевидно, что и было отмечено в первой главе, термины **языковой портрет** и **языковая личность** самым тесным образом взаимосвязаны и взаимообусловлены. Данный двусторонний процесс взаимопроникновения определяется тем фактом, что языковая личность, представляя собой целостную, но при этом многоуровневую структуру, определяется наличием важнейших доминант личности, система которых может быть продемонстрирована путём составления языкового портрета данной языковой личности. Иными словами, языковой портрет, содержащий целый спектр качеств языковой личности, которые реализуются в её многообразных речевых предпочтениях, представляет собой один из способов описания её специфики.

В большинстве научных исследований, так или иначе касающихся проблем языкового портретирования, подчёркивается многоаспектный характер термина **языковой портрет**. При этом учёные, формулируя определение данного понятия во многом трактуют его с позиций того или иного научного направления, которое они в целом представляют. Так, можно выделить следующие подходы к рассмотрению изучаемого понятия:

1. Наиболее распространённым является **собственно лингвистический подход**, в рамках которого **языковой портрет** определяется через соотнесение его с понятием **языковой личности**, который прослеживается, например, в работах С.В. Леорды, где **речевой портрет** трактуется как «воплощенная в речи языковая личность»<sup>2</sup>. Таким образом, языковая личность представляет собой обобщённый феномен, а языковой портрет – его реализацию, опре-

---

<sup>1</sup> См.: Винокур Т.Г. Речевой портрет современного человека // Человек в системе наук. – М.: Наука, 1989. – С. 361–370; Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Русский речевой портрет. – М.: РАН, Ин-т рус. яз. – 1995; Крысин Л.П. Социально-речевые портреты носителей современного русского языка // Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация / под ред. Л. П. Крысина. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – С. 481–527.

<sup>2</sup> Леорда С.В. Речевой портрет современного студента: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Саратов, 2006.

делённую характеристику. Отметим, что при данном подходе вопрос о языковом портретировании рассматривается как частная проблема изучения современной языковой личности.

В подобном же русле формулирует определение языкового портрета и Е.В. Осетрова, которая на первый план выдвигает ту роль, которую играет языковое портретирование в формировании целостного образа языковой личности, т.е. языковой портрет рассматривается исключительно как одна из составляющих облика говорящего<sup>1</sup>.

2. В русле **коммуникативного подхода** трактует **языковой портрет** Т.П. Тарасенко, определяя его как «совокупность языковых и речевых характеристик коммуникативной личности или определённого социума в отдельно взятый период существования»<sup>2</sup> и выделяя в качестве основных характеристик языковой личности возрастные, гендерные, психологические, социальные, этнокультурные и лингвистические особенности. Иными словами, языковой портрет при данном подходе рассматривается в более широком смысле, поскольку на первый план выходит его обусловленность различными социальными, культурными и общественно-политическими факторами.

3. С позиций **прагматического подхода** в исследованиях Г.Г. Матвеевой под **языковым портретом** понимается «набор речевых предпочтений говорящего в конкретных обстоятельствах для актуализации определённых намерений и стратегий воздействия на слушающего». Лингвист акцентирует внимание на том, что посредством языкового портрета демонстрируются основные особенности речевого поведения, которое «автоматизируется в случае типичной повторяющейся ситуации общения»<sup>3</sup>.

4. **Лингвокультурологический подход** определяет трактовку понятия **языковой портрет** в работах, посвящённых анализу языковой картины мира как совокупности представлений об окружающей действительности, отражённой в языке. Так, например,

---

<sup>1</sup> Осетрова Е.В. Речевой портрет политического деятеля: содержательные и коммуникативные основания // Лингвистический ежегодник Сибири. Вып. 1 / под ред. Т.М. Григорьевой. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 1999. – С. 58–67.

<sup>2</sup> Тарасенко Т.П. Языковая личность старшеклассника в аспекте её речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Краснодар, 2007. – С. 8.

<sup>3</sup> Матвеева Г.Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего: дис. ... докт. филол. наук. – СПб., 1993. – С. 87.



В.Н. Базылев в своих работах отмечает, что языковой портрет призван отражать «взаимосвязь между менталитетом как образом мышления, языком и формами поведения человека»<sup>1</sup>.

5. В рамках **литературоведческого подхода** объектом языкового портретирования может становиться персонаж художественного произведения. Особенность данного ракурса исследования заключается в том, что в художественной литературе языковой портрет рассматривается как определённое средство формирования художественного образа того или иного литературного героя. Так, например, специфику речевой характеристики художественного образа подвергали анализу в своих работах такие учёные, как Е.А. Гончарова<sup>2</sup>, А.К. Жунисбаева<sup>3</sup>, М.В. Пьянова<sup>4</sup>, Л.Н. Чурилина<sup>5</sup>.

Описание языкового портрета представляет собой исследование различных уровней реализации языковой личности. При этом, вполне очевидно, что некоторые элементы подобного описания могут выпадать из поля зрения исследователя, поскольку, по справедливому замечанию Т.М. Николаевой, некоторые «языковые парадигмы, начиная от фонетической и кончая словообразовательной, оказываются вполне соответствующими общенормативным параметрам», в связи с чем наиболее целесообразной и показательной в данном ключе представляется задача «фиксировать яркие диагностирующие пятна»<sup>6</sup>.

При этом следует отметить, что пристально изучение тех или иных аспектов языкового портрета либо исключение их из фокуса внимания исследователя должно носить системный характер. Однако необходимо констатировать, что в достаточно длительной и весьма укоренившейся в отечественной научной практике традиции языкового портретирования описание языкового портрета ед-

---

<sup>1</sup> Базылев В.Н. Политический дискурс в России // Политическая лингвистика. Вып. 15 / под ред. А.П. Чудинова. – Екатеринбург. – 2005. – С. 12.

<sup>2</sup> Гончарова Е.А. Пути лингвостилистического выражения категорий *автор – персонаж* в художественном тексте. – Томск, 1984.

<sup>3</sup> Жунисбаева А.К. Лингвопоэтическая характеристика речевого портрета литературного персонажа: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1987.

<sup>4</sup> Пьянова М.В. Идиоматика речевого портрета литературного персонажа: на материале английской художественной литературы: дис. ... канд. филол. наук. – М., 1997.

<sup>5</sup> Чурилина Л.Н. «Языковая личность» в художественном тексте. – М., 2006.

<sup>6</sup> Николаева Т.М. «Социолингвистический портрет» и методы его описания // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики: доклады Всесоюзной научной конференции. Ч. 2. – М., 1991.

ва ли проводится по признанной всеми или хотя бы многими учёными модели. Чаще всего анализу подвергается наиболее релевантная для характеристики языковой личности сторона её речевого поведения, например, существует множество исследований фонетики и словоупотребления в структуре языкового портрета отдельного человека или коллектива.

Тем не менее, отметим, что попытки создания определённой схемы для анализа языкового портрета, раскрывающей его структуру и дающей возможность его описания, в отечественной лингвистической науке всё же предпринимались. Так, к примеру, М.В. Китайгородская и Н.Н. Розанова в работе «Русский речевой портрет» намечают три основных аспекта (уровня), по которым должен проводиться анализ языкового портрета:

1. Одним из важнейших параметров языкового портрета является **лексикон**, представляющий собой определённый уровень владения родным языком, т.е. знание и использование основных единиц его лексико-грамматического фонда. На данном уровне анализу подвергается специфика того запаса слов и словосочетаний, которым пользуется конкретная языковая личность.

2. В качестве следующего уровня исследователями выделяется **тезаурус** – совокупность языковых единиц, которая отражает языковую картину мира народа, т.е. систему представлений об окружающем мире, отражённую в языке. При этом при анализе языкового и речевого портрета большинство исследователей останавливаются на специфике использования особых языковых единиц и речевых оборотов, которые делают языковую личность особенной, узнаваемой, отличающейся от других.

3. Третьим уровнем языкового портрета является так называемый **прагматикон**, представляющий собой систему мотивов, целей, коммуникативных ролей, определённых стратегий и тактик, которые избирает языковая личность в процессе коммуникации<sup>1</sup>.

Отметим также, что Л.П. Крысин, описывая речевой портрет русской интеллигенции, выделяет характеристики, необходимые для проведения анализа речевого портрета. К ним относятся особенности языковых единиц и речевого поведения, представляю-

---

<sup>1</sup> *Китайгородская М.В. Розанова Н.Н. Русский речевой портрет: Фонохрестоматия. – М.: РАН, Ин-т рус. яз., 1995.*

щие, по мнению Л.П. Крысина, наибольший интерес в исследовательском плане<sup>1</sup>.

В заключение подчеркнём, что многообразии подходов к изучению языкового портрета во многом определяет наличие широкого спектра объектов исследования: от отдельного конкретного человека до группы людей, объединенных каким-либо признаком.

### **2.3. Речевой портрет: коллективный и индивидуальный**

Будучи воплощением языковой личности в коммуникативном процессе, *речевой портрет*, как верно отмечает в своём исследовании Г.Г. Матвеева, как и *языковая личность*, может быть индивидуальным и коллективным<sup>2</sup>. При этом в центре внимания исследователя, изучающего индивидуальный речевой портрет, оказывается определённый индивидуальный стиль языковой личности, который отражает специфику её речевого взаимодействия.

Предпринимаемые в лингвистических исследованиях последних десятилетий попытки описать речевой портрет современной языковой личности имеют право на существование в отношении любой из сфер коммуникативного взаимодействия. При этом наиболее глубоко изученными и широко представленными в научной литературе остаются речевые портреты поэтов, писателей, представителей культуры и искусства, что обусловлено, прежде всего, тем, что именно художники слова внесли наиболее весомый вклад в развитие современного русского литературного языка, в связи с чем можно говорить о том, что им «свойственно не речемыслительное производство, а речемыслительное творчество»<sup>3</sup>. Немаловажным фактором развития именно этого направления языкового портретирования является также и тот факт, что в ходе описания речевых портретов мастеров слова разных эпох исследователи имеют в своём распоряжении весьма обширный языковой материал: тексты художественных произведений писателей, по-

---

<sup>1</sup> Крысин Л.П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // Русский язык в научном освещении. Вып. 1. – М., 2001. – С. 90–106.

<sup>2</sup> Матвеева Г.Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего: дис. ... докт. филол. наук. – СПб., 1993.

<sup>3</sup> Кузнецова Л.К. Объём концепта «сильная языковая личность» // Язык образования и образование языка: матер. межд. науч. конф. – Великий Новгород, 2000. – С. 164.

этов, литературных критиков, деятелей культуры и искусства, их письма, статьи, интервью, а также записи устной речи.

В современной отечественной науке существует ряд работ, в которых представлены примеры разработки конкретных индивидуальных речевых портретов. Так, анализу может подвергаться речь известных деятелей культуры: актёров, музыкантов, телеведущих (ср., например, работу «Речевой портрет Ларисы Гузеевой (по материалам СМИ)»<sup>1</sup>), хотя чаще всего в центре внимания исследователей находится речевой портрет известных политиков, будь то политические деятели прошлых лет (ср., напр., «Языковой портрет Иосипа Броз Тито в советской печати»<sup>2</sup>) или представители этой сферы наших дней, причём как российские (В.В. Путин<sup>3</sup>, Д.А. Медведев<sup>4</sup>, Е. Ройзман<sup>5</sup> и др.), так и зарубежные (Дж. Буш<sup>6</sup>, Н. Саркози<sup>7</sup> и др.). Речевой портрет подобного рода составляется в большинстве случаев, когда речь идёт о неординарной языковой личности, которая не только внесла или вносит определённый вклад в развитие культурной сферы общества, но и характеризуется творческим отношением к языку.

Не стоит забывать и о том, что анализ индивидуального языкового портрета позволяет сделать вывод о специфике речевых характеристик той или иной социальной категории. При этом коллективный речевой портрет даёт возможность обобщить факты, процессы и явления, которые свойственны речи представителей определённого круга, выделяемого по возрастному, профессиональному, социальному, национальному или какому-либо другому

---

<sup>1</sup> Акулова Е.В. Речевой портрет Ларисы Гузеевой (по материалам СМИ) // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сборник научных трудов. Вып. 12 / под ред. М.А. Кормилицыной. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2012. – С. 148–155.

<sup>2</sup> Костылев Ю.С. Языковой портрет Иосипа Броз Тито в советской печати // Политическая лингвистика. – 2011. – №1(35). – С. 139–142.

<sup>3</sup> Паршина О.Н. Риторический портрет В.В. Путина // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сборник научных трудов. Вып. 5 / под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2005. – С. 25–35.

<sup>4</sup> Гаврилова М.В. Некоторые черты речевого портрета Президента России Д.А. Медведева // Вестник Тверского гос. ун-та. Сер.: Филология. – 2011. – № 1. – С. 4–10

<sup>5</sup> Еремина С.А., Потысьева А.Н. Речевой портрет депутата Евгения Ройзмана // Политическая лингвистика. – 2005. – № 15. – С. 66–71.

<sup>6</sup> Кобякова М.А., Семейн Л.Ю. Джордж Буш: речевой портрет политического лидера // Гуманитарное знание. Вып. 6. – Омск, 2002. – С. 145–150.

<sup>7</sup> Седых А.П. Коммуникативный портрет Николая Саркози // Политическая лингвистика. – 2011. – № 2. – С. 49–53.

признаку. Так, например, в свете всё более повышающегося интереса к описанию коллективного речевого портрета различных возрастных и социально-профессиональных групп появляются работы, которые посвящены анализу речевых особенностей школьников и студентов. Описание подобных речевых портретов осуществляется путём анализа использования языковых единиц всех уровней. К числу подобных работ следует отнести исследование С.В. Мамаевой<sup>1</sup>, которое посвящено изучению речи младших школьников. Анализируя фонетические особенности речевой деятельности исследуемой группы, С.В. Мамаева подчёркивает её взаимосвязь с определёнными возрастными особенностями воспроизведения звуковых единиц, к которым, например, относится нечёткая детская дикция. На словообразовательном уровне отмечается некоторая ненормированность, на лексическом – свободная сочетаемость слов, использование просторечных, жаргонных и сленговых единиц, в сфере морфологии – склонность к более частотному использованию самостоятельных частей речи, а также не всегда верное применение грамматических категорий. Подводя итог своему исследованию, С.В. Мамаева делает вывод о том, что анализируемые явления во многом определяются возрастными особенностями школьников, а также эмоционально-экспрессивным характером их речи. Подобные результаты, по мнению учёного, дают основания сделать вывод о характере культурного аспекта речевого портрета современных школьников.

Любопытным в этой связи нам представляется также введение термина «*речевой портрет выпускника начальной школы*» в Федеральный государственный образовательный стандарт начального общего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 октября 2009 г. № 373.

Речевой портрет представителей молодёжи становится объектом изучения в работах Б.К. Максимова, который сосредоточивается на описании лексического уровня, а точнее такого аспекта, как употребление жаргонизмов. Так, в статье «Речевой портрет молодежи на фоне нашей жизни»<sup>2</sup> исследователь предпринимает по-

---

<sup>1</sup> Мамаева С.В. Речевой портрет коллективной языковой личности школьников 5–7-х классов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Кемерово, 2007.

<sup>2</sup> Максимов Б.К. Речевой портрет молодежи на фоне нашей жизни // Русский язык и современность. – 2011. – № 2. – С. 45–54.

пытку определить через молодёжный жаргон нравственный облик нового поколения.

Следует отметить, что в работах отечественных учёных к настоящему времени предприняты попытки описания речевых портретов весьма широкого спектра социальных и профессиональных групп. Так, речевым портретом интеллигенции занимается Л.П. Крысин<sup>1</sup>, представителей среды русской эмиграции за рубежом – Е.А. Земская<sup>2</sup>, государственных служащих – М.Н. Панова<sup>3</sup>, адвокатов – Н.В. Варнавских<sup>4</sup>, студентов – С.В. Леорда<sup>5</sup>.

Кроме того, в последние десятилетия появился ряд исследований, которые посвящены изучению как индивидуальной, так и коллективной языковой личности современного политического деятеля. Среди подобных работ следует особо выделить труды Е.В. Осетровой, которая в статье «Губернатор Красноярского края: наброски к речевому портрету» предпринимает попытку анализа специфики речевых характеристик конкретной языковой личности<sup>6</sup>, а в работе «Речевой имидж»<sup>7</sup> на основе сопоставления результатов исследования различных языковых личностей демонстрирует пример составления коллективного речевого портрета современного политика.

Не стоит забывать и о существовании понятия **национальный речевой портрет**, описание которого предполагает анализ особенностей, присущих языковой личности, представляющей ту или иную национальную группу. Среди работ последних лет, посвящённых изучению национальной языковой личности, отметим мо-

---

<sup>1</sup> Крысин Л.П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // Русский язык в научном освещении. – 2001. – № 1. – С. 90–106.

<sup>2</sup> Земская Е.А. Речевой портрет эмигрантки первой волны (третье поколение) // Русский язык в научном освещении. – 2008. – № 1(15). – С. 196–207.

<sup>3</sup> Панова М.Н. Языковая личность государственного служащего: опыт лингвометодического исследования. – М.: Изд-во РУДН, 2004.

<sup>4</sup> Варнавских Н.В. Типологические черты речевого поведения русско- и англоговорящих адвокатов (прагмалингвистический подход): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ростов Н/Д, 2004.

<sup>5</sup> Леорда С.В. Речевой портрет современного студента: дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2006.

<sup>6</sup> Осетрова Е.В. Губернатор Красноярского края: наброски к речевому портрету // Российский лингвистический ежегодник. Вып. 2(9) / под ред. Т.М. Григорьевой. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2007. – С. 124–138.

<sup>7</sup> Осетрова Е.В. Речевой имидж: учебно-методическое пособие / сост. Е.В. Осетрова. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2012.

нографию О.Н. Иванищевой «Социолингвистический портрет приграничного северного региона: подходы и методы исследования»<sup>1</sup>.

Таким образом, очевидным представляется тот факт, что в речи какой-либо социально-возрастной группы реализуется определённый набор языковых единиц, специфичный именно для этой категории носителей языка, а также прослеживаются наиболее типичные для неё приёмы речевого взаимодействия, которые выделяют речь представителей этой группы в обществе.

В заключение отметим также, что описание речевого портрета коллективной языковой личности в большинстве лингвистических исследований последних десятилетий носит во многом фрагментарный характер.

### **ВЫВОДЫ**

Итак, анализ языкового портрета в контексте соотношения таких понятий, как язык и речь, позволяет сделать следующие выводы.

1. При анализе языкового портрета важно учитывать особенности соотношения таких понятий, как *язык* и *речь*. Органическая взаимосвязь этих явлений обнаруживается в коммуникативной активности индивида.

2. Язык и речь противопоставляются как индивидуальное, эксплицитное, стабильное явление, объект идеального мира, культурное достояние, система, имеющая уровневую организацию, – с одной стороны, и социальное, имплицитное, динамическое явление, объект материального мира, функциональная система, имеющая линейную структуру, – с другой стороны.

3. К основным **функциям языка** и речи относятся следующие: коммуникативная, номинативная, мыслеформирующая, когнитивная, регулирующая, экспрессивная, апеллятивная, фатическая. При этом в процессе своей реализации (наряду с общей коммуникативной) функции, которые признаются характерными в большей степени для языка (номинативная, мыслеформирующая и когнитивная) или речи (регулирующая, экспрессивная, апеллятивная и фатическая), тяготеют к сочетанию, взаимодействию и взаимопроникновению.

---

<sup>1</sup> Иванищева О.Н. Социолингвистический портрет приграничного северного региона: подходы и методы исследования: монография. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015.

4. Понятие **речевого портрета** тесным образом связано с понятием **языковая личность**, что обнаруживается при определении особенностей индивидуального, коллективного, национального речевого портрета, которые соответствуют типологии языковой личности. Кроме того, основные элементы анализа речевого портрета соотносятся с уровнями структуры языковой личности. Понятие **речевого портрета** может рассматриваться с разных позиций, при этом в целом большинство подходов трактуют языковой портрет как определённую характеристику языковой личности.

5. При описании языкового портрета говорящего анализу подвергаются его речевые и языковые характеристики, причём как отдельно (для характеристики конкретных речевых особенностей), так и в совокупности (для определения специфики речи в целом). Современные лингвистические исследования, посвящённые описанию речевого портрета современной языковой личности, представляют собой подробный анализ особенностей на определённом языковом уровне: фонетическом, лексическом, грамматическом.

Таким образом, анализ речевого портрета становится описанием специфики различных уровней, в которых находит реализацию языковая личность. При этом важнейшим компонентом описания речевого портрета является анализ наиболее существенных признаков, т.е. тех речевых особенностей, которые отличают данную языковую личность от других. В этой связи описание всех уровней языка в структуре речевого портрета не является обязательным, а основной является характеристика специфики речевого поведения.

6. Опираясь в целом на уровневую концепцию, предложенную М.В. Китайгородской и Н.Н. Розановой, мы можем определить используемую нами схему описания языкового портрета следующим образом:

1) изучение особенностей языковых единиц разных уровней: фонетического, лексического, грамматического;

2) анализ специфики речевого поведения (использования этикетных формул, речевых клише, прецедентных феноменов, языковой игры);

3) исследование прагматико-коммуникативных аспектов языкового портрета (характеристика речевой ситуации и факторов эффективного речевого взаимодействия, предпочитаемых коммуникативных ролей, тактик и стратегий, а также риторических особенностей языковой личности) (рисунок 2.2).



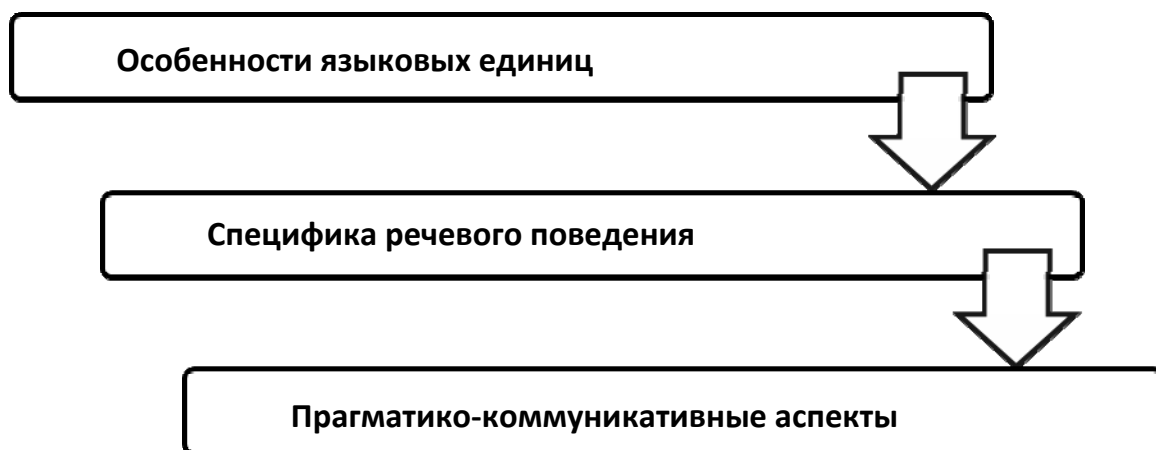


Рисунок 2.2 – Схема анализа языкового портрета

### → КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Как соотносятся понятия **язык** и **речь**?
2. Перечислите основные функции языка и речи.
3. Чем определяется сложность использования термина **языковой портрет** в современной научной практике?
4. Как трактуется понятие **языкового портрета** с точки зрения разных подходов?
5. Какие аспекты анализа языкового портрета намечаются в работах М.В. Китайгородской и Н.Н. Розановой?
6. Перечислите основные элементы речевого поведения, которые находятся в центре внимания при составлении речевого портрета.
7. Чем отличается индивидуальный языковой портрет от коллективного?

### → ЗАДАНИЯ

1. Проанализируйте лингвистические работы (не менее трёх), посвящённые индивидуальному языковому портрету политика, бизнесмена и журналиста. Какие принципиальные различия в них имеются?
2. Проанализируйте лингвистические работы (не менее трёх), посвящённые коллективному языковому портрету школьника и студента. Какие принципиальные различия в них имеются?
3. Составьте свой индивидуальный речевой портрет.

## → ТЕСТЫ

1. Верно ли утверждение, что язык более консервативен, чем речь:

- а) да;
- б) нет.

2. Распределите следующие характеристики по двум категориям – язык и речь.

*Идеальная категория, имплицитное явление, индивидуальное явление, культурное достояние, линейная организация, материальная категория, социальное явление, уровневая организация, функциональная система, эксплицитное явление.*

Язык	Речь
...	...

3. Какая из следующих функций языка является общей как для языка, так и для речи:

- а) апеллятивная;
- б) когнитивная;
- в) экспрессивная;
- г) коммуникативная.

4. Обобщить явления, присущие определённому кругу людей, объединённых в национальном, возрастном, социальном, профессиональном плане, позволяет:

- а) коллективный языковой портрет;
- б) индивидуальный языковой портрет.

5. Какой термин был введен в Федеральный государственный образовательный стандарт начального общего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 октября 2009 г. № 373:

- а) языковые особенности младшего школьника;
- б) портрет выпускника начальной школы;
- в) речевые клише младшего школьника;
- г) языковая игра выпускника начальной школы.

6. Какой из подходов к рассмотрению языкового портрета утверждает, что языковая личность представляет собой обобщён-

ный феномен, а языковой портрет – его реализацию, определённую характеристику:

- а) собственно лингвистический;
- б) коммуникативный;
- в) прагматический;
- г) лингвокультурологический.

7. Совокупность представлений об окружающей действительности, отражённая в языке, – это:

- а) языковой портрет;
- б) речевая формула;
- в) прецедентный текст;
- г) языковая картина мира.



---

## Глава 3

# ФИНАНСОВАЯ ЛЕКСИКА И ЕЁ РОЛЬ В РЕЧИ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА

### 3.1. Актуальные проблемы изучения финансовой лексики в современном русском языке

Финансовая лексика с момента появления товарно-денежных отношений являлась и продолжает являться одной из наиболее востребованных групп слов в большинстве мировых языков. Ставшая объектом пристального внимания не только лингвистов, но и специалистов в области гуманитарного знания в целом, она прошла длительный путь развития и изучения на материале различных языков.

Отдельные этапы формирования экономической лексики русского языка описаны в работах Н.В. Мандрик<sup>1</sup>, В.Н. Санак<sup>2</sup>, И.Н. Шмелевой<sup>3</sup>. Экономической лексике, появившейся в русском языке в советский и постсоветский период, посвящены исследования Я. Монкоши-Богдан<sup>4</sup>, С.М. Киршо<sup>5</sup>.

В последние годы был опубликован ряд обзорных работ, посвящённых современному состоянию языка экономики. Так, современному составу и функционированию системы экономической терминологии посвящена статья М.В. Китайгородской<sup>6</sup>; особенно-

---

<sup>1</sup> Мандрик Н.В. Торгово-экономическая лексика в русском языке XVII века: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Киев, 1988.

<sup>2</sup> Санак В.Н. Национальные и международные термины в русской торгово-экономической терминологии: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1995.

<sup>3</sup> Шмелева И.Н. Торговая терминология XVI в. (по материалам торговой книги) // Начальный этап формирования русского национального языка. – Л: Изд-во ЛГУ, 1961. – С. 179–186.

<sup>4</sup> Монкоша-Богдан Я. Развитие коммерческой терминологии русского и польского языков 80–90 гг. XX в.: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – СПб, 1994.

<sup>5</sup> Киршо С.М. Современная русская финансово-кредитная терминология как система (лингвистический анализ): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Одесса, 1989.

<sup>6</sup> Китайгородская М.В. Современная экономическая терминология (Состав. Устройство. Функционирование) // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – М.: Языки русской культуры, 1996. – С. 162–236.

сти терминологии в устной научной речи исследует в своей работе Л.В. Жукова<sup>1</sup>.

Социально-экономические условия XXI века, а именно формирование глобализирующегося мирового сообщества, переход от «социалистической» экономики к рыночной экономике инновационного типа, модернизации во всех сферах жизни российского общества создали предпосылки для изменения экстра- и интралингвистического «облика» экономической лексики русского языка.

Безусловно, нуждаются в изучении следующие лингвотeorетические проблемы функционирования финансовой лексики в современном русском языке:

1. До настоящего времени нерешенным остаётся вопрос о статусе финансовой лексики: часть лингвистов рассматривает её как составную и неотъемлемую часть экономической сферы, другие – предлагают выделять в отдельную тематическую группу.

2. Спорным в лингвистическом сообществе представляется вопрос об отношении финансовой лексики к терминосистеме: ввиду того, что подавляющая часть единиц данной лексической группы входит в активный запас носителей языка, возникает закономерный вопрос, могут ли подобные лексемы относиться к терминам или они являются элементами активного пласта общеупотребительной лексики. Иными словами, является ли финансовая лексика составляющей частью подробно изучаемого в настоящее время языка для специальных целей, развивающегося в ходе профессиональной коммуникации, или это неотъемлемый компонент «всеобщего» языка?

3. Не вполне решен в лингвистике XXI века и вопрос о парадигматическом статусе исследуемой группы лексических единиц: в работах различных языковедов указанная совокупность слов рассматривается и как лексико-грамматическая, и как тематическая группа. Вполне очевидно, что до сих пор в отечественном языкознании не описаны и системные отношения в сфере финансовой лексики.

4. Проблемным в современном языкознании остаётся терминологическое обозначение рассматриваемой группы лексики. Существование различных номинаций (ср., напр., финансовая лексика, финансово-коммерческая лексика, коммерческая лексика, а

---

<sup>1</sup> Жукова Л.В. Особенности терминологии в устной научной речи (на материале экономических текстов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1992.

также тематическая группа «Финансы и банковское дело», лексико-семантическая группа финансово-денежного обращения и др.) обуславливает необходимость работы по приведению терминологии к логически выверенному единообразию.

Практико-ориентированные вопросы функционирования финансовой лексики охватывают две достаточно интересные и требующие отдельного исследования сферы.

1. В аспекте изучения одного языка выделяются следующие «проблемные зоны»:

а) до настоящего времени не определена номенклатура языковых единиц финансовой лексики, границы описываемой группы размыты и точно не очерчены. Круг существительных, прилагательных и – реже – глаголов, относящихся к этой группе, не описан; он постоянно видоизменяется и трансформируется;

б) непрерывное пополнение новыми финансовыми терминами требует постоянного лексикографического описания, создания словарей экономической лексики на уровне как одноязычных, так и полиязычных словарей. В последнее время подобные справочники стали активно разрабатываться, однако авторами их становятся в большинстве случаев специалисты в области экономической теории. В этой связи важнейшим представляется активное взаимодействие лексикографов и экономистов;

в) отмеченное видоизменение анализируемой лексической группы обуславливает расширение сочетаемости входящих в неё слов, а также необходимость описания подобных изменений. Так, например, анализ функционирования прилагательных *финансовый, банковский, кредитный, заёмный* в современном русском языке показывает, что наряду с «традиционными» сочетаниями (ср., напр., *финансовая система, банковская комиссия, кредитный чек, заёмный капитал* и др.) в XXI веке появился ряд новых образований (ср., напр., *финансовая грамотность, банковский терминал, кредитный продукт, заёмный источник* и др.).

2. В сфере сравнительно-сопоставительного описания языков следует выделить следующие нерешенные вопросы:

а) наиболее подвижной характеристикой слов исследуемой группы лексики представляется их частотность: в разные периоды мировой финансовой истории, а также в разных языках на первый

план могут выходить различные лексические единицы. Этот тезис нуждается в специальном изучении на материале рассматриваемой группы слов;

б) обозначенные проблемы определяют важнейшее направление практического анализа слов, относящихся к финансовой лексике, которое заключается в определении необходимости заимствования экономических терминов и изучении соотношения «родных» эквивалентов и слов иноязычного происхождения, а также уточнения меры и степени овладения новыми экономическими терминами носителями каждого конкретного языка.

Таким образом, отмеченные тенденции и перспективы изучения финансовой лексики в современной науке о языке определяются решением ряда лингвотeorетических и практико-ориентированных вопросов, отражающих основные проблемы функционирования данной группы слов в современном русском языке<sup>1</sup>.

### **3.2. Основные разряды финансовой лексики в современном русском языке**

Как и лексика русского языка в целом, современная финансовая лексика неоднородна по своему составу. Существуют различные основания для выделения лексических разрядов слов в русском языке, которые в общем и целом применимы и к анализу лексики финансовой сферы. Среди таких оснований наиболее значимыми и отмеченными в основных учебниках русского языка<sup>2</sup> являются следующие:

- 1) с точки зрения её происхождения;
- 2) с точки зрения её социально-диалектного состава (сфера употребления);
- 3) с точки зрения её активного и пассивного запаса;
- 4) семантические группы финансовой лексики.

---

<sup>1</sup> Юдина Н.В. Финансовая лексика в современном русском языке: актуальные вопросы и перспективы изучения // Русский язык: исторические судьбы и современность: V Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, филологический факультет, 18–21 марта 2014 г.): труды и материалы / сост. М.Л. Ремнёва, А.А. Поликарпов, О.В. Кукушкина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2014. – С. 188–189.

<sup>2</sup> См., напр.: Современный русский язык: учебник / под ред. Н.С. Валгиной. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Логос, 2002.

## **Финансовая лексика современного русского языка с точки зрения её происхождения**

Русская лексическая система в её современном состоянии формировалась на протяжении достаточно долгого времени. Данный сложный и длительный процесс связан с историей нашей страны и историей развития русского языка. Проблема функционирования лексики русского языка с точки зрения её происхождения рассматривается в научной литературе достаточно давно и подвергается многостороннему изучению.

Раздел науки о языке, который изучает происхождение слов и называется исторической лексикологией, выделяет два основных способа развития системы лексических единиц языка: 1) возникновение новых слов на основе исконных единиц, т.е. существующих искони, издавна, постоянно, и 2) заимствование слов из других языков.

Те слова, которые существуют сейчас в русском языке и которыми пользуются говорящие на нём, различаются по своему происхождению и времени возникновения в русской лексической системе. Вместе с единицами, существующими в русском языке с давней эпохи, которая ведёт свою историю ещё со времен до возникновения письменности в нашем государстве (ср., например, такие слова, как *белый, мать, нести, озеро, по, радость, сила, старый, три, у, шить* и т. д.), существуют единицы, которые появились в языке совсем недавно, можно сказать, на памяти одного поколения носителей языка (ср., например, такие слова, как *атомщик, целинник, космонавт* и др.). При этом наряду с исконно русскими словами (ср., например, *вода, говорить, чтобы* и др.) в современном русском языке есть слова, которые были заимствованы из других языков (например, *аквариум* – из латинского, *арба* – из татарского, *мастер* – из немецкого, *митинг* – из английского, *пианино* – из итальянского, *солидный* – из французского, *тетрадь* – из греческого и т. п.).

Многообразие лексики современного русского языка с точки зрения её происхождения отражает многовековую историю развития русского языка, а также богатый спектр культурных контактов русской культуры с культурами других стран.

Безусловно, основу словарного состава русского языка на протяжении всех этапов его развития, а также базу лексики современного русского языка образуют исконно русские слова. Именно эти лексические единицы являются основной частью богатства нацио-



нального языка, которая определяет своеобразие русской речи и её самобытность.

Однако следует отметить, что в сфере финансовой лексики дело обстоит совсем иначе. Дело в том, что доля исконно русских слов здесь составляет сравнительно небольшое количество единиц, которые появились в эпоху формирования государственности и оформления финансового взаимодействия между отдельными людьми, а также между людьми и государством, ср., напр., такие слова, как *закладная, залог, задаток, купчая, льгота, налог, прибыль, рассрочка* и др. Слов иноязычного происхождения в сфере финансовой лексики обнаруживается значительно больше.

Процесс заимствования лексических единиц из одного языка в другой обусловлен рядом факторов, к которым относят как экстралингвистические, так и интралингвистические причины.

К **экстралингвистическим причинам**, т.е. причинам, не связанным напрямую с особенностями русского языка, отнесем следующие:

1) многообразие исторических контактов русского народа с другими культурами;

2) очевидное новаторство нации языка-источника в какой-либо сфере деятельности;

3) так называемую авторитетность языка-источника на определённом этапе развития русского языка (так, в России XVIII века подобным авторитетом обладал немецкий язык, в то время как в первой половине XIX века эту роль принял на себя французский язык);

4) исторически обусловленное увеличение определённых социальных слоев, принимающих новое слово.

К **интралингвистическим причинам** лексических заимствований, т.е. причинам, связанным со спецификой функционирования самого русского языка, относятся следующие:

1) отсутствие в русском языке эквивалентного слова для нового предмета или понятия;

2) экономия языковых средств (в тех случаях, когда заимствованное слово имеет эквивалент в русском языке в виде словосочетания);

3) необходимость специализации понятий (ср., напр., *вывоз – экспорт* и др.).

К заимствованиям из других языков следует отнести следующие:

**I. Заимствования из древних античных языков:**

- 1) из древнегреческого языка (*автаркия, ипотека, синдикат* и др.);
- 2) из латинского языка (*актив, секвестр* и др.).

**II. Заимствования из индоевропейских языков:**

- 1) из романских языков:
  - а) из французского (*абандон, аванс, сертификация* и др.);
  - б) из итальянского (*авизо, ависта, банкрот, брутто, валюта, ультимо* и др.);
- 2) из германских языков:
  - а) из немецкого (*бодмерея, рента, штафель* и др.);
  - б) из английского (*брокер, менеджер, свитч, таймшит* и др.);
- 3) из славянских языков (*аренда* – из польского языка).

**III. Заимствования из тюркских языков** (*казначей, ярлык, ярмарка* и др.).

Специфика заимствования финансовой лексики русского языка из других языков отражена на рисунке 3.1.

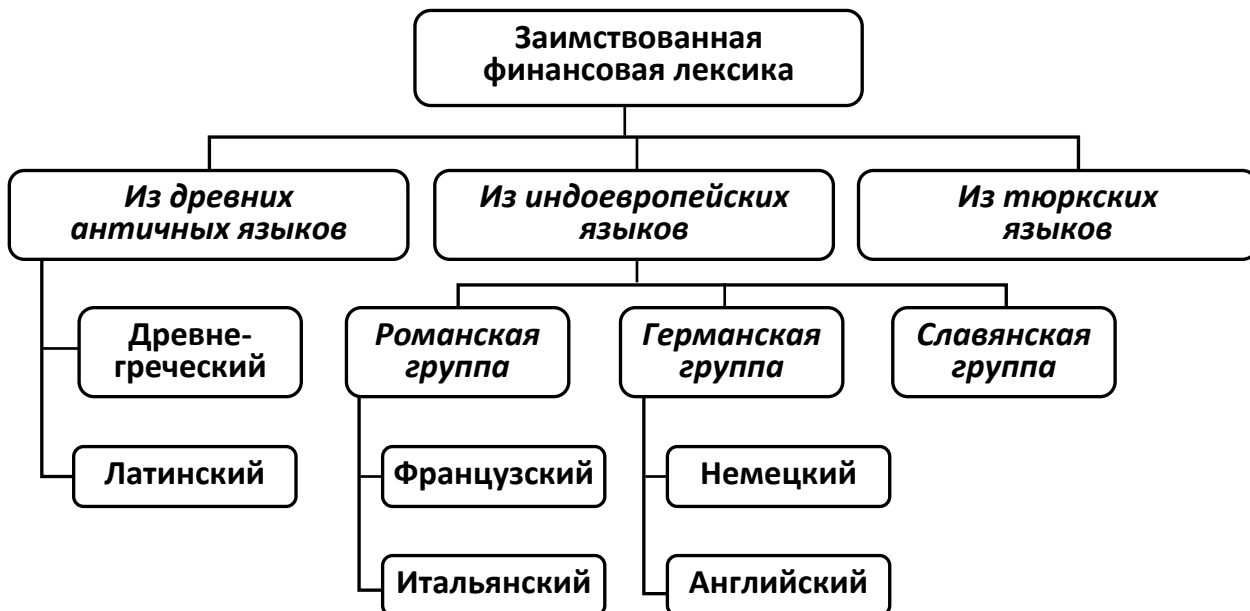


Рисунок 3.1 – Источники заимствования финансовой лексики в русском языке

В большинстве своём финансовая лексика, заимствованная из других языков, используется в тех случаях, когда, во-первых, ино-

язычная единица более полно и точно, чем русское слово, раскрывает существенные признаки известного понятия, во-вторых, создаёт стилистический контекст, которого добивается говорящий, или, в-третьих, обозначает такое понятие, которое нельзя заменить русским словом, поскольку подобная замена не является равноценной<sup>1</sup>. Этими факторами, возможно, и объясняется то обстоятельство, что в финансовой лексике русского языка наблюдается подавляющее преобладание заимствованных терминов. Наибольшее значение в сфере этого пласта русской лексики имеют **латинизмы**: *агент, аудитор, бенефициар, бонус, виза, дебет, инфляция, капитал, конверсия, ликвидность* и др. По замечанию М.Г. Лунновой, данный процесс обусловлен тем, что «латинский язык – один из италийских языков народностей, населявших среднюю Италию с центром Рим (VIII век до нашей эры). Постепенно латинский язык вытеснил все другие наречия, а дальнейшие завоевания рабовладельческого Рима привели к распространению латинского языка в Северной Африке, Испании, Галлии, Германии, Дакии и других странах. К тому же высокие достижения римлян во всех областях науки, техники, искусства значительно увеличили в других языках долю латинских терминов»<sup>2</sup>.

Интересным представляется тот факт, что значительную долю единиц финансовой лексики составляют слова, заимствованные из **французского** языка: *аванс, акция, баланс, бюджет, гарант, девальвация, депозит, коммерческий, коммивояжёр, компенсация, кооператив, купюра, курьер, лимит, магазин, меркантильный, миллиард, миллион, нувориш, пенсия, пролонгация, саботаж* и др. Французский язык имеет достаточно широкое распространение по всему миру и является официальным языком многих государств. Финансовая лексика, заимствованная из французского языка, характеризуется следующими фонетическими и грамматическими особенностями: звуковой комплекс [ya] (-ya-) в середине слова (ср., напр., *авуары, буржуа*), конечный ударный *e* (ср., напр., *рантье, ателье, досье, крупье, портье*), постановка ударения на последнем слоге в том случае, когда слово заимствования через французский

---

<sup>1</sup> Подчасова С.В. Брокеры, дилеры и другие посредники / Семантический анализ слов // Русская речь. – 1994. – № 5. – С. 49–54; № 6. – С. 52–56.

<sup>2</sup> Луннова М.Г. Экономическая лексика с точки зрения происхождения // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. Сер.: Гуманитарные науки. – 2007. – № 4 (8). – С. 56–58.

язык, но при этом не приобрело русского окончания (ср., напр., *бюджет, гарант, депозит, картель, купон, лимит* и др.), ударные суффиксы существительных *-ер-, -ёр-, -аж-, -анс-* (ср, напр., *комми-воаяжёр, курьер, партнёр, пенсионер, куртаж, патронаж, саботаж, стаж, аванс, баланс, вакансия* и др.).

В русском языке существует также и финансовая лексика, которая была заимствована из немецкого языка. Данный процесс обусловлен тем обстоятельством, что социально-экономические отношения между Россией и Германией существовали с давних времен, а в активную фазу вступили в XV веке, во времена царствования Ивана III. Новая волна влияния различных европейских языков на состав лексической системы русского языка приходится на XVI–XVII вв., а активизация заимствования слов во всех сферах жизни отмечается в XVIII веке, в так называемую Петровскую эпоху. Как отмечает Л.В. Гребенник, «преобразование всех сторон русской жизни при Петре I, его административные, военные реформы, успехи просвещения, развитие науки и экономики в частности – всё это способствовало обогащению русской лексики иноязычными словами»<sup>1</sup>.

Массовое вхождение в русский язык финансовых заимствований из английского языка (преимущественно из американского варианта английского языка) обусловлено тем, что данные единицы стали обозначать новые или забытые явления рыночной экономики типа *брокер, маклер* и др.

Доля заимствованных лексических единиц из других языков является не столь высокой, что, скорее, свидетельствует об определённой сложившейся традиции номинации, в которой отразились культурные контакты нашего народа.

Лексические заимствования, как самый мощный способ появления новых единиц в языке, во многом обогащают его и при естественном развитии лексической системы не могут повредить её национальной самобытности, поскольку данный процесс происходит в соответствии с внутренними законами языкового развития, а также не разрушает присущий языку грамматический строй, который на протяжении длительного времени остаётся неизменным и

---

<sup>1</sup> Гребенник Л.В. Процесс заимствования из немецкого языка на фоне взаимодействия двух культур // Учёные записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Сер.: Филология. – № 1. – С. 103. – Симферополь, 2005.

в меньшей степени подвержен каким бы то ни было трансформациям. В этой связи не утратившими своей актуальности кажутся слова великого русского критика В.Г. Белинского, который ещё в XIX веке отметил: «Какое бы ни было слово, своё или чужое, лишь бы выражало заключённую в нем мысль, – если чужое лучше выражает её, чем своё, давайте чужое, а своё несите в кладовую старого хлама»<sup>1</sup>.

### **Финансовая лексика современного русского языка с точки зрения сферы употребления**

В лексической системе русского языка можно выделить группу единиц, которые ограничены сферой своего употребления. Так, слова, имеющие географическую закреплённость, т.е. употребляющиеся исключительно на какой-либо территории, называются **диалектными**.

К собственно лексическим диалектизмам относятся такие слова, которые совпадают с общелитературными единицами по значению, т.е. обозначают один и тот же предмет, признак или действие, однако отличаются от него своим звуковым составом. Иными словами, называя одни те же понятия, что и слова литературного языка, собственно лексические диалектизмы являются их синонимами. В эту группу слов входят, например, следующие диалектизмы: *балка* (южн.) – овраг; *баской* (сев.) – красивый; *векша* (сев.) – белка; *гай* (южн.) – лес; *голицы* (сев.) – варежки; *гребовать* (южн.) – пренебрегать; *стёжка* (южн.) – дорожка и др.

Основная масса диалектных слов не входит в состав финансовой лексики, что обусловлено определённой сферой функционирования данных слов, ограничивающейся хозяйственной деятельностью человека, будь то земледелие или скотоводчество.

Кроме расслоения русской лексики по территориальному признаку, в русском языке существует и другие пласты, выделяемые по социально-профессиональному принципу. Так, наряду с общеупотребительной лексикой в русском языке имеются слова и выражения, которые используются представителями конкретных

---

<sup>1</sup> *Белинский В.Г.* Собрание сочинений: в 9 т. Т. 2. Статьи, рецензии и заметки, апрель 1838 – январь 1840. – М.: Художественная литература, 1977. URL: [http://ruslib.3dn.ru/publ/belinskij\\_vissarion\\_grigorevich\\_sto\\_russkikh\\_literatorov\\_izdanie\\_knigoprodavca\\_a\\_smir\\_dina\\_tom\\_pervyj/1-1-0-3712](http://ruslib.3dn.ru/publ/belinskij_vissarion_grigorevich_sto_russkikh_literatorov_izdanie_knigoprodavca_a_smir_dina_tom_pervyj/1-1-0-3712) (дата обращения: 23.09.2016).

групп лиц, объединенных по роду своих занятий, т.е. по профессии. Подобные единицы называются **профессионализмами**. Главной отличительной чертой профессионализмов является тот факт, что в этой группе слов наблюдается значительная дифференциация в обозначении реалий, важных для той или иной профессиональной категории носителей, в названии конкретных предметов, лиц, действий, процессов и т.д. Так, для финансиста важно не только наименование *трейдер* (игрок на бирже), но и характер его деятельности, который в речи обозначается словами *бык* (трейдер, играющий на повышение) или *медведь* (трейдер, играющий на понижение). Профессионализмы отличаются тем, что распространены в основном в разговорной речи представителей той или иной профессии и являются во многом неофициальными синонимами или сокращениями литературных наименований. К профессионализмам в финансовой лексике следует отнести такие единицы, как упомянутые выше *быки*, *медведи*, а также словосочетания типа *голубые фишки*, *золотой парашют* и др. Отметим при этом, что широкого распространения в современном русском литературном языке профессионализмы не имеют и сфера их употребления является весьма ограниченной.

Кроме того, к лексике, ограниченной в употреблении определённой профессиональной сферой, следует отнести **термины**. К терминологической лексике относят слова или словосочетания, «обозначающие понятие в специальной области знания или деятельности»<sup>1</sup>. К основным особенностям терминов относятся следующие признаки: 1) системность; 2) наличие специального определения – дефиниции; 3) тенденция к однозначности в пределах своего терминологического поля, т.е. терминологии данной науки; 4) отсутствие экспрессивности; 5) стилистическая нейтральность<sup>2</sup>.

Развитие финансовой сферы и экономической науки сопровождается обильным появлением новых терминов. Поэтому финансовая терминология – одна из самых подвижных, быстрорастущих и быстроизменяющихся частей общенародной лексики. Следует отметить, что большая часть финансовой лексики представляет

---

<sup>1</sup> Васильева Н.В. Термин // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 556.

<sup>2</sup> Там же.

собой как раз терминологические единицы. Ср., например, *дебит, кредит, франчайзинг, лизинг* и др.

Однако распространение научно-технической терминологии, её проникновение в разные сферы жизни приводит к тому, что в языке наряду с процессом терминологизации общеупотребительных слов наблюдается и обратный процесс – освоения литературным языком терминов, т.е. их детерминологизация. Так, частое употребление финансовых терминов сделало их словами общеупотребительными; ср., например: *валюта, менеджер, аренда* и др.

### ***Финансовая лексика современного русского языка с точки зрения её активного и пассивного запаса***

Словарный состав русского языка в процессе своего исторического развития подвергается постоянным изменениям. Подобные трансформации лексической системы языка во многом связаны с деятельностью человека в различных сферах жизни, а также с политическими, социальными и экономическими факторами развития общества. В словарном составе языка находят отражение большинство процессов, которые происходят в обществе. Ни для кого не секрет, что с появлением в нашей жизни новых предметов и явлений возникают и новые понятия, которые, безусловно, требуют и новых слов для наименования этих понятий. И наоборот, когда те или иные явления отмирают и уходят из нашей жизни, а предметы выходят из употребления, исчезают или меняют своё значение те слова, которые называли их. В этой связи лексическую систему национального языка обычно подразделяют на две большие группы: ***активный словарный запас*** и ***пассивный словарный запас***.

В первую группу (активный словарный запас) входят те лексические единицы, которые особенно часто используются в речи. Их распространённость обусловлена тем, что они обозначают наиболее существенные для общества предметы, реалии, понятия и ситуации.

К ***пассивному словарному запасу*** относятся такие лексические единицы, употребление которых ограничено особенностями обозначаемых ими предметов или явлений, которые либо утратили своё значение и ушли в прошлое, либо в силу своей новизны ещё не получили широкого распространения и не являются общеупотребительными. В этой связи единицы, входящие в состав пассивного словарного запаса, делятся на устаревшие (историзмы и архаизмы) и новые (неологизмы).

Одну группу устаревших слов составляют такие лексические единицы, которые вышли «из активного употребления в связи с тем, что исчезли или стали неактуальными обозначаемые ими понятия»<sup>1</sup>. Подобные слова называются **историзмами**. Среди слов, близких к экономической сфере, такие единицы обозначают те экономические отношения, которые сейчас между людьми не фиксируются (ср., напр., *боярин, вече, бурмистр, сказка* и др.). Кроме того, к словам этого разряда следует отнести наименования денег, бытовавших раньше, но вышедших в настоящий момент из употребления (ср., напр., *алтын, полушка, червонец* и др.)

Вторую группу устаревших слов составляют **архаизмы**, т.е. «слова и выражения, вытесненные из активного употребления синонимичными лексическими единицами»<sup>2</sup>. К этой группе в сфере финансовой лексики относятся, например, слова *гостьба* – торговля, *купчая* – договор купли-продажи и др.

Новые слова, их значения или сочетания, «появившиеся в определённый период в каком-либо языке»<sup>3</sup>, называются **неологизмами** (от гр. *neos* – новый и *logos* – слово). Такие слова возникают вместе с новым предметом, вещью, понятием, однако неологизмы не сразу входят в активный словарный запас языка. При этом, становясь общедоступными и общеупотребительными, новые слова перестают считаться неологизмами. Более того, со временем они могут получать статус устаревшей лексики и переходить в состав архаизмов и историзмов. Подобный путь, например, прошли такие слова, как *коллективизация, колхоз, целинник* и др. Начало XXI века в истории развития русского языка ознаменовано появлением новых слов экономической сферы, ср., например, *офшор, демпинг, роуминг* и др.

### **Семантические группы финансовой лексики**

Финансовая лексика в семантическом плане может быть рассмотрена с различных позиций, которые могут быть основанием для выделения тех или иных тематических групп финансовой лексики. Так, например, могут быть выделены следующие группы слов:

---

<sup>1</sup> Белоусова А.С. Историзмы // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 159.

<sup>2</sup> Белоусова А.С. Архаизмы // Там же. – С. 37.

<sup>3</sup> Котелова Н.З. Неологизмы // Там же. – С. 262.



1) финансовая лексика, обозначающая участников экономических отношений (физические и юридические): *абонент, агент* и др.;

2) финансовая лексика, называющая различные типы экономических субъектов (государственные и коммерческие структуры): *банк, биржа, ярмарка* и др.;

3) финансовая лексика, обозначающая лиц по социальному статусу, профессии: *бухгалтер, банкир, маклер, гастарбайтер* и др.;

4) финансовая лексика, включающая наименование денег, валюты, ценных бумаг: *грош, марка, вексель* и др.;

5) финансовая лексика, называющая единицы меры: *фунт, процент* и др.;

6) финансовая лексика, обозначающая наименования помещений, документов: *контора, цех, прејскурант, циркуляр, штемпель, формуляр* и др.;

7) финансовая лексика, называющая различные виды коммерческой деятельности, процесса, операции: *аукцион, девальвация, крах, штраф* и др.

Таким образом, расслоение финансовой лексики в современном русском языке так или иначе отражает разряды слов в языке в целом. Некоторые аспекты лексической классификации объективно невозможны в сфере финансовой лексики, например, финансовые термины практически не выделяются в сфере диалектов.

Систематизация финансовой лексики становится задачей современной лексикографической практики. На современном этапе существует ряд словарей, содержащих анализируемый пласт лексики русского языка. При этом подобные лексикографические справочники разбиваются на две большие группы. Во-первых, это терминологические словари, адресованные в первую очередь специалистам-практикам. К числу таких словарей следует отнести «Словарь современных экономических терминов» Б.А. Райзберга и Л.Ш. Лозовского<sup>1</sup>. Кроме того, в центре внимания лексикографов могут оказываться достаточно узкие сферы финансовой деятельности (см., например, «Словарь научных терминов по экономике интеллектуальных активов» С.А. Кузубова<sup>2</sup>). Вторую группу со-

---

<sup>1</sup> Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш. Словарь современных экономических терминов. 4-е изд. – М., 2008.

<sup>2</sup> Кузубов С.А. Словарь научных терминов по экономике интеллектуальных активов. – Екатеринбург: ГОУ УГТУ–УПИ, 2006.

ставляют собственно лингвистические словари, которых, однако, в современной отечественной лексикографической практике создано совсем немного. Так, появление новых лексических единиц финансовой сферы зафиксировано в «Толковом словаре русского языка начала XXI века», выпущенном под редакцией Г.Н. Складневской<sup>1</sup>. Особое место среди лексикографических справочников, содержащих информацию о финансовой лексике, занимают двуязычные словари, которые призваны в первую очередь знакомить пользователя с особенностями финансовой ментальности национальной культуры. В этом направлении создаётся множество словарей, причём на самых различных языках, ср., напр.: «Активная бизнес-лексика: краткий словарь-справочник англо-русских соответствий» В.Н. Крупнова<sup>2</sup>, «Русско-белорусский словарь экономических терминов» О.Г. Наталевич<sup>3</sup>, «Русско-корейский, корейско-русский словарь экономической лексики» Ли Ир Тин<sup>4</sup>.

Подводя итог небольшому обзору справочников финансовой лексики, мы хотели бы отметить неоднозначную тенденцию в данной области лексикографической практики, которая не всегда позволяет оценить уровень сформированности этого направления работы. Речь идёт о том, что в сети Интернет существует масса всевозможных словарей финансовой лексики, причём как одноязычных, так и двуязычных, как терминологических, так и собственно лингвистических. Однако форма их размещения и определённая обезличенность их авторства не даёт возможности говорить об авторитетности того или иного справочника.

### **3.3. Активные процессы в современной финансовой лексике**

Изменения в лексической системе, как самой подвижной и чувствительной части языка, являются наиболее заметными и ощутимыми. Исходя из введённого в научный обиход Н.Ю. Шведовой определения *стабильности лексической системы*, которая реали-

---

<sup>1</sup> Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г.Н. Складневской. – М., 2003.

<sup>2</sup> Крупнов В.Н. Активная бизнес-лексика: краткий словарь-справочник англо-русских соответствий: учеб. пособие. – М.: Астрель: АСТ: Транзиткнига, 2005.

<sup>3</sup> Наталевич О.Г. Русско-белорусский словарь экономических терминов. – Минск: БГЭУ, 2006.

<sup>4</sup> Ли Ир Тин. Русско-корейский, корейско-русский словарь экономической лексики. – М.: МЦК МГУ, 2005.

зуется посредством ступенчатого и постепенного характера процесса словообразования, регулируемого характера языковых контактов и заимствований, семантической устойчивости и очевидно характера стилистической стратификации, можно констатировать тот факт, что русский язык последних десятилетий демонстрирует собой *низкий уровень стабильности лексической системы*. Более того, авторы «Толкового словаря русского языка конца XX века: языковые изменения» справедливо замечают, что языковые изменения последних лет, насыщенных стремительными общественными переменами, социальными потрясениями, вызвали настоящий «лексический взрыв», послуживший объектом пристального внимания исследователей<sup>1</sup>. Активным процессам в сфере лексики русского языка посвящено огромное количество работ отечественных и зарубежных лингвистов. Основные описанные в них процессы могут быть сведены к следующим наиболее ярко проявляющим себя тенденциям.

**I. Динамичная и регулярная смена лексических единиц,** связанная с рядом следующих явлений:

- архаизацией семантических советизмов, т.е. уходом из активного употребления устаревших или устаревающих слов и словосочетаний, выражающих неактуальные понятия. Сюда, в первую очередь, относятся так называемые советизмы – слова и словосочетания, обозначающие характерные понятия советского времени, идейные и политические штампы (*коммунистические принципы, соцсоревнование, партийная учеба, ленинская вахта* и др.);

- появлением новых слов и фразеологических единиц, понятийно актуальных, но ранее отсутствовавших в языке в силу отсутствия обозначаемых реалий (ср., напр.,: *новый русский, августовский дефолт, экономический кризис, оранжевая революция, болонский процесс* и др.);

- деархаизацией прямых значений, не актуальных в советское время, связанной с возвращением прежде неактуальных лексем или их значений в следующих тематических группах единиц:

- а) административная лексика (*губернатор, чиновник, полиция, департамент, муниципальный округ*);

---

<sup>1</sup> Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г.Н. Складневской. – РАН, ИЛИ. – СПб.: Фолио-Пресс, 2000. – С. 8.

б) наименования социальной структуры дореволюционной России (*дворянское собрание, купечество, казачество*);

в) лексика из сферы образования (*лицей, гимназия, гувернёр*);

г) конфессиональная лексика (*исповедь, литургия, заповедь*), в том числе и религиозная лексика старославянского происхождения (*милосердие, благотворительность, покаяние*);

д) номинации лиц по социальному статусу (*предприниматель, акционер, коммерсант*);

• переоценкой некоторых единиц, связанных с социально-экономическим переустройством российского общества, и вводом в обиход слов, которые в советский период стойко ассоциировались с жизнью капиталистических стран и имели соответствующие словарные характеристики, а теперь приложимы к реалиям российской действительности XXI века (*инфляция, коррупция, многопартийность, безработица, бизнес* и др.).

## **II. Массовое вхождение в русский язык заимствований**

(преимущественно из американского варианта английского языка):

• «жизненно оправданных» (термин В.Г. Костомарова):

а) лексем, обозначающих новые или забытые явления рыночной экономики типа *акция, акционер, биржа, биржевик, брокер, маклер*;

б) терминов новых технологий, современного делопроизводства, компьютерных и информационных устройств (*компьютер, факс, компакт-диск, ксерокс, видео, радиотелефон* и др.)<sup>1</sup>;

• «заимствование которых не имеет каких-либо оснований, кроме давления моды»<sup>2</sup>.

## **III. Разрастание сфер распространения жаргонной лексики и расширение состава лексических групп социально и профессионально ограниченного использования<sup>3</sup>**

В.Г. Костомаров называет такой процесс «обновлением литературного канона за счёт внутренних языковых ресурсов, за счёт заимствований из вне- и нелитературных сфер общенародного языка»; ср. примеры типа *бабки 'деньги', беспредел, разборка* и др.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. – М.: Педагогика-Пресс, 1994. – С. 87.

<sup>2</sup> Там же. С. 97.

<sup>3</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М., 2003. – С. 77.

<sup>4</sup> Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи... – С. 60.

IV. Не менее показательными представляются и **активные процессы в сфере сочетаемости слов группы финансовой лексики**, специфику которых можно проследить на примере анализа синтагматических возможностей прилагательных *финансовый, банковский, кредитный, заёмный, дебиторский*.

В соответствии с данными, приведёнными в «Частотном словаре русского языка» под ред. Л.Н. Засориной, частотность указанных прилагательных в 70-е годы XX века выглядела следующим образом: *финансовый* – 45, *банковский* – 5, *кредитный* – 4, *дебиторский* – 1. Слова *заёмный* в данном лексикографическом справочнике не зафиксировано<sup>1</sup>.

«Частотный словарь современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка)» авторов О.Н. Ляшевской и С.А. Шарова (2009) приводит следующие показатели частотности рассматриваемых лексем: *финансовый* – 134.5; *банковский* – 38.0; *кредитный* – 29.5<sup>2</sup>. В указанном словаре не приводится уже не только слова *заёмный*, но и прилагательного *дебиторский*, имевшего, согласно словарю Л.Н. Засориной, общую частотность 1, очевидно, ввиду относительно невысокой частотности указанных слов в современном русском языке.

Исходя из проведённого анализа собранного языкового материала дискурсивное употребление указанных выше прилагательных позволяет сделать некоторые выводы, касающиеся их синтагматических возможностей в русском языке XXI века.

### **Ф и н а н с о в ы й**

1. Представленные в различных словарях русского языка XX века (толковые словари, словари сочетаемости и др.) сочетания с прилагательным *финансовый* в большинстве своём функционируют и в речи носителей русского языка XXI века, ср., напр., **финансовый** план / директор / университет / год; **финансовая** система / сфера; **финансовое** право; **финансовые** операции и др.

2. Вместе с тем круг субстантивных определений прилагательного *финансовый* в XXI веке значительно расширился, ср., напр., **финансовый** омбудсмен / кризис / холдинг, **финансовая** грамотность / полиция / интеграция и др.

<sup>1</sup> Частотный словарь русского языка / под ред. Л.Н. Засориной. – М.: Русский язык, 1977.

<sup>2</sup> Ляшевская О.Н., Шаров С.А. Частотный словарь современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка). – М.: Азбуковник, 2009. URL: <http://dict.ruslang.ru/freq.php?>

3. Сочетания с прилагательным *финансовый*, исходя из своей оценочно-коннотативной окраски, могут быть разделены на 3 неравнозначные группы: а) мелиоративно окрашенная (около 20% от всех употреблений), ср.: **финансовый** рост, **финансовая** стабильность, **финансовое** благополучие; б) нейтральная лексика (около 30% от всех употреблений), ср.: **финансовый** план / блок, **финансовое** планирование и др.; в) пейоративно окрашенная (около 50% от всех употреблений), ср.: **финансовый** кризис / коллапс / скандал / хаос, **финансовые** потрясения / проблемы и др.

4. К определённым закономерностям в сочетаемости прилагательного *финансовый* с существительными можно отнести превалирование существительных мужского рода (около 60% от всех употреблений; ср.: **финансовый** центр / форум / трибунал / совет / оборот / документ / аспект / партнёр над существительными женского (около 25%; ср.: **финансовая** разведка / трёхлетка / неделя / помощь / администрация) и среднего рода (около 5% употреблений; ср.: **финансовое** планирование / благополучие / право / оздоровление), а также форм множественного числа (10%, ср.: **финансовые** инструменты / активы / организации / операции / власти / продукты / потрясения / проблемы).

5. Сочетания с прилагательным *финансовый* иллюстрируют одну из наиболее ярких тенденций в функционировании русского языка XXI века, которую лингвисты называют креативностью, проявляющую себя в большом метафорическом потенциале комбинаций слов, ср.: **финансовый** ремонт / Олимп / город, **финансовое** оздоровление, **финансовая** пирамида.

### **Банковский**

1. Обозначенную в различных словарях XX в. сочетаемость прилагательного *банковский* с существительными подтверждает современный языковой материал; ср.: **банковский** сектор / день, **банковская** комиссия / сфера и др.

2. В сфере синтагматики прилагательного *банковский* наблюдается расширение традиционной сочетаемости; ср., такие новые сочетания, как **банковский** терминал / скоринг, **банковские** мошенники / интернет-технологии.

3. Среди сочетаний с прилагательным *банковский* не наблюдается ярко выраженного разделения в связи с оценочно-коннота-

тивной окраской: большинство сочетаний могут быть охарактеризованы как нейтральные, и только некоторые имеют отрицательный оттенок значения; ср., напр., **банковский кризис** / «правовой нигилизм», **банковские мошенники** / скандалы и др.

4. С морфологической точки зрения, в большинстве случаев прилагательное *банковский* определяет существительные мужского рода (около 57% от всех употреблений; ср.: **банковский долг** / продукт / перевод / рынок / капитал / сейф), нежели существительные женского (около 13% от всех употреблений; ср.: **банковская реформа** / тайна / гарантия) и среднего рода (около 12% от всех употреблений; ср.: **банковское лето** / сообщество / законодательство), а также существительные в форме множественного числа (около 18% от всех употреблений; ср.: **банковские юристы** / группы / депозиты / офисы / ассоциации).

5. Конструкции с прилагательным *банковский* имеют определённый метафорический потенциал, иллюстрируя креативные возможности современного русского языка; ср.: **банковский пульс** / перекрестки и др.

### **Кредитный**

1. Сочетаемость возможности прилагательного *кредитный*, отражённые в различных лексикографических справочниках, так или иначе подтверждаются практикой современного словоупотребления; ср., напр., **кредитный комитет** / чек / инспектор, **кредитные обязательства** / союзы.

2. Функционирование субстантивных сочетаний с прилагательным *кредитный* показывает, что синтагматические возможности данного прилагательного также характеризуются значительным расширением; ср., напр., **кредитный продукт** / рейтинг / бум / рычаг и др.

3. В плане наличия дополнительного оценочного оттенка значения в сочетаниях прилагательного *кредитный* с существительными наблюдается пусть и незначительное, но тем не менее преобладание конструкций с положительной коннотацией; ср., напр., **кредитная надёжность**, **кредитное благоприятствование** и др.

4. На морфологическом уровне отмечается традиционная для прилагательных тематической группы «Финансы и банковское дело» сочетаемость преимущественно с существительными мужского

рода (88% всех употреблений; ср., напр., **кредитный** рынок / консультант / договор / лимит / подход / билет и др.).

5. Сочетания прилагательного *кредитный* с существительными иллюстрируют широкий спектр метафорических потенций лексики товарно-денежного обращения; ср., напр., **кредитный** мотор / пузырь / парадокс / **кредитные** портфели / ноты.

### **З а ё м н ы й**

1. Языковой материал в целом подтверждает круг сочетаемости прилагательного *заёмный*, отмеченной в различных словарях русского языка XX в.; ср., напр., **заёмные** средства, **заёмный** капитал и др.

2. Наряду с традиционными сочетаниями прилагательного *заёмный* с существительными, выделяется ряд новых синтагматических потенций; ср., напр., **заёмный** источник, **заёмное** финансирование, **заёмные** обязательства и пр.

3. Словосочетаний, имеющих оценочную окраску, среди конструкций с прилагательным *заёмный* выделяется немного. При этом в большинстве своём это сочетания мелиоративного характера; ср., напр., **заёмный** оптимизм и др.

4. Морфологический анализ конструкций прилагательного *заёмный* с существительными обнаруживает преобладание сочетаемости с существительными мужского рода (92% от всех употреблений); ср., напр., **заёмный** труд, **заёмный** характер и др.

5. Креативный потенциал субстантивных сочетаний с прилагательным *заёмный* проявляется не так ярко, как у обозначенных выше прилагательных тематической группы «Финансы и банковское дело», однако и здесь выделяются подобные единицы; ср., напр., **заёмный** аппетит.

Следует отметить, что сочетаемостные потенции прилагательных *кредитный* и *заёмный* не являются абсолютно идентичными, несмотря на то, что в некоторых контекстах они употребляются как абсолютные синонимы, что выражается в употреблении следующих синтаксических конструкций: **кредитные (заёмные) продукты, кредитный (заёмный) рынок**. Прилагательное *заёмный*, как своего рода исконно русский аналог, ещё в XIX веке имел весьма отличающуюся от современной сочетаемость, в значении «заим-



ствованный» употребляясь в таких сочетаниях, как *заёмный прах*, *заёмный образ*, *заёмный свет*, *заёмный форс* и др. Вместе с тем, нельзя не отметить определённого рода лингвистическое вытеснение слова *заёмный* заимствованным словом *кредитный*, что обусловливается в первую очередь интернациональным и универсальным характером иноязычного аналога.

Говоря о лексеме *дебиторский*, которая была выделена нами для анализа, отмечаем следующее: не совсем полное освоение этой единицы в русском языке выразилось в том, что в основном на данном этапе своего синтагматического развития это слово употребляется со словом *задолженность*. Представляется интересным проследить, в какой степени пойдёт данное прилагательное по тем путям функционирования, которые были выделены нами для прилагательных *финансовый*, *банковский*, *кредитный* и *заёмный*.

Таким образом, проведённый анализ современных синтагматических возможностей прилагательных тематической группы «Финансы и банковское дело» показывает, что в современном русском языке эти лексемы не только имеют большую частотность, обусловленную возрастающей ролью финансовой сферы в жизни рядового носителя языка, но и значительными изменениями на синтагматическом уровне.

Во-первых, значительно расширились сочетаемостные возможности обозначенных прилагательных: наряду с традиционными сочетаниями нами был выделен ряд новых образований.

Во-вторых, очевидным становится тот факт, что в современном русском языке сочетания с прилагательными *финансовый*, *банковский*, *кредитный*, *заёмный*, *дебиторский* претерпевают в известной степени сильные изменения коннотативного уровня. Так, большая часть отмеченных нами словосочетаний имеют либо ярко отрицательный, либо положительный оттенок значений. Данная особенность может быть объяснена тем, что финансовая сфера всегда являлась лично-окрашенной для языкового коллектива и на современном этапе развития языка это выражается в приобретении словосочетаниями с прилагательными анализируемой тематической группы яркой оценочной окраски.

Особо следует остановиться на морфологических особенностях сочетаний прилагательных лексики товарно-денежного обращения

и существительных. Было отмечено, что в большинстве случаев прилагательные тематической группы «Финансы и банковское дело» определяют существительные мужского рода.

Кроме того, креативность как одна из основных тенденций развития языка выражается в появлении ряда словосочетаний с метафорическим значением<sup>1</sup>.

## **ВЫВОДЫ**

1. Финансовая лексика с момента появления товарно-денежных отношений являлась и продолжает являться одной из наиболее востребованных групп слов в большинстве мировых языков. Современные социально-политические и экономические условия глобализирующегося мира XXI века формируют предпосылки для появления всё новых языковых единиц, что является основанием для расширения указанной тематической группы слов, а значит и для дальнейшего её исследования и описания.

2. Тенденции и перспективы изучения финансовой лексики в современной науке о языке определяются решением ряда лингвотехнических и практико-ориентированных вопросов, отражающих основные проблемы функционирования данной группы слов в современном русском языке.

3. Русская лексическая система в её современном состоянии формировалась на протяжении достаточно долгого времени. Данный сложный и длительный процесс связан с историей нашей страны и историей развития русского языка. Проблема функционирования лексики русского языка с точки зрения её происхождения рассматривается в научной литературе достаточно давно и подвергается многостороннему изучению.

4. Историческая лексикология выделяет два основных способа развития системы лексических единиц языка:

1) возникновение новых слов на основе исконных единиц, т.е. существующих искони, издавна, постоянно;

2) заимствование слов из других языков.

---

<sup>1</sup> Юдина Н.В. Имена прилагательные из сферы финансовой лексики в русском языке XXI века // Языковые категории и единицы: синтагматический аспект: материалы X Международной научной конференции, посвящённой 60-летию кафедры русского языка. – Владимир, 2013. – С. 673–679.

Лексические заимствования, как самый мощный способ появления новых единиц в языке, во многом обогащают его и при естественном развитии лексической системы не могут повредить её национальной самобытности, поскольку данный процесс происходит в соответствии с внутренними законами языкового развития, а также не разрушает присущий языку грамматический строй, который на протяжении длительного времени остаётся неизменным и в меньшей степени подвержен каким бы то ни было трансформациям.

5. Как и лексика русского языка в целом, современная финансовая лексика неоднородна по своему составу. Существуют различные основания для выделения лексических разрядов слов в русском языке, которые в общем и целом применимы и к анализу лексики финансовой сферы. Среди таких оснований наиболее значимыми и отмеченными в основных учебниках русского языка являются следующие:

- 1) с точки зрения её социально-диалектного состава (сфера употребления);
- 2) с точки зрения её активного и пассивного запаса;
- 3) семантические группы финансовой лексики.

Расслоение финансовой лексики в современном русском языке так или иначе отражает разряды слов в языке в целом. Некоторые аспекты лексической классификации объективно невозможны в сфере финансовой лексики, например, финансовые термины практически не выделяются в сфере диалектов.

6. Среди наиболее активных процессов в сфере финансовой лексики следует выделить динамичную и регулярную смену лексических единиц и массовое вхождение в русский язык заимствований (преимущественно из американского варианта английского языка).

Анализ современных синтагматических возможностей прилагательных тематической группы «Финансы и банковское дело» показывает, что в современном русском языке эти лексемы не только имеют большую частотность, обусловленную возрастающей ролью финансовой сферы в жизни рядового носителя языка, но и значительными изменениями на синтагматическом уровне.

## → КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Какие лингвотeorетические проблемы функционирования финансовой лексики существуют в современном русском языке?

2. Какие практико-ориентированные вопросы функционирования финансовой лексики требуют отдельного исследования?

3. Назовите два основных пути развития лексической системы в русском языке.

4. Какими экстралингвистическими причинами обусловлен процесс лексического заимствования слов финансовой лексики в современном русском языке?

5. Какими интралингвистическими причинами обусловлен процесс лексического заимствования слов финансовой лексики в современном русском языке?

6. Из каких языков заимствовано большинство современных финансовых терминов?

7. По каким основаниям и какие разряды финансовой лексики выделяются в современном русском языке?

8. Какие тенденции в сфере финансовой лексики современного русского языка вы можете перечислить?

9. Назовите основные тенденции в сфере семантики и синтагматики финансовой лексики современного русского языка.

## → ЗАДАНИЯ

1. В группе до пяти человек проведите «мозговой штурм» и сформулируйте пять (помимо обозначенных в параграфе 3.1.) практико-ориентированных проблемных вопросов функционирования финансовой лексики, нуждающихся в отдельном исследовании.

2. Пообщайтесь со своими знакомыми-финансистами. Напишите эссе на тему «Профессионализмы в речи современного финансиста».

3. Проанализируйте любой лексикографический справочник, посвящённый финансовой лексике (размещённый в сети Интернет или выпущенный на печатном носителе). Оцените его с точки зрения полноты словарных статей и глубины подаваемой информации.

4. В обращении каких стран находятся данные банкноты? По каким признакам это можно узнать? Какие национально-культурные особенности отражаются в оформлении денежных купюр? Проверьте себя по приложению 1.

1.



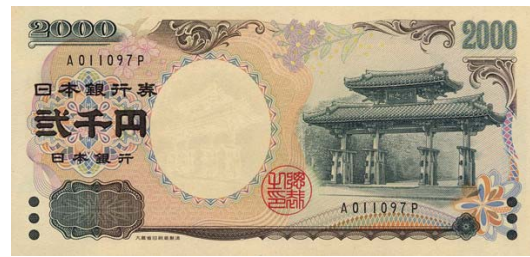
2.



3.



4.



5.



6.



## → ТЕСТЫ

1. По какой причине возникает вопрос об отношении финансовой лексики к терминосистеме:

а) ввиду того, что подавляющая часть единиц данной лексической группы входит в активный запас носителей языка;

б) ввиду того, что большинство терминов финансовой сферы заимствовано из других языков;

в) ввиду того, что финансовая лексика постоянно пополняется новыми единицами;

г) ввиду того, что в современном русском языке наблюдается тенденция к демократизации языка.

2. Что из перечисленных ниже факторов не относится к экстралингвистическим причинам лексического заимствования слов финансовой сферы:

а) многообразии исторических контактов русского народа с другими культурами;

б) очевидное новаторство нации языка-источника в какой-либо сфере деятельности;

в) отсутствие в русском языке эквивалентного слова для нового предмета или понятия;

г) исторически обусловленное увеличение определённых социальных слоев, принимающих новое слово.

3. Что из перечисленных ниже факторов не относится к интралингвистическим причинам лексического заимствования слов финансовой сферы:

а) отсутствие в русском языке эквивалентного слова для нового предмета или понятия;

б) экономия языковых средств (в тех случаях, когда заимствованное слово имеет эквивалент в русском языке в виде словосочетания);

в) необходимость специализации понятий;

г) определённая авторитетность языка-источника на каком-либо этапе развития русского языка.

4. Какие из перечисленных ниже фонетических и грамматических примет не обнаруживают принадлежность заимствованного слова к французскому языку:

а) сочетания *-ua-* в середине слова;

б) ударение на последнем слоге, если слово не приобрело русского окончания;

в) ударение на предпоследнем слоге;

г) суффиксы существительных *-ёр, -аж, -анс*.

5. Какие из перечисленных ниже слов не относятся к финансовым профессионализмам:

а) *быки*;

б) *франшиза*;

в) *медведи*;

г) *золотой парашют*.

6. Что из перечисленных ниже слов является архаизмом:

а) *гостьба*;

б) *сказка*;

в) *алтын*;

г) *червонец*.

7. Какие из приведённых ниже неологизмов на данный момент перешли в разряд историзмов?

а) *демпинг*;

б) *целинник*;

в) *офшор*;

г) *роуминг*.

---

## Глава 4

# ЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА: НЕКОТОРЫЕ ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

### 4.1. Функционирование языковых единиц в речи финансиста: словообразовательный уровень

Говоря об особенностях функционирования языковых единиц в речи финансиста в сфере словообразования, специалисты единодушно отмечают его **«лавинообразный характер»**: новые слова, которые образуются в языке и начинают употребляться в речи, появляются не всегда ступенчато и постепенно, как это отмечалось в так называемые периоды «спокойного» языкового развития, а одновременно и в некоторой степени стремительно, отражая во многом потребности языкового коллектива, при этом появляется не только одно производное слово, а и целое словообразовательное гнездо<sup>1</sup>.

Несмотря на определённую традиционность и относительную стабильность основных типов и способов словообразования, по количеству всевозможных новообразований результаты различных словообразовательных процессов в русском языке XXI века представляются весьма значительными<sup>2</sup>.

**1. Возросла продуктивность ряда словообразовательных моделей**, что вызвано, в первую очередь, причинами социального плана: новые реалии внеязыковой действительности (предметы, лица, субстанции и т.д.) нуждаются в номинации. По мнению исследователей, высокопродуктивны в первую очередь модели существительных – названий лиц (с суффиксами **-ант-, -ик-, -ец-, -овец-, -щик-**: *спекулянт; бюджетник, теневик, налоговик; газпромовец;*

---

<sup>1</sup> Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г.Н. Складневской. – РАН, ИЛИ. – СПб.: Фолио-Пресс, 2000. – С. 8.

<sup>2</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М., 2001. – С. 153.

*пиарщик, поставщик, подрядчик* и др., и существительных на **-ация**, обозначающих процессы-действия (*инкассация, приватизация, бюрократизация, девальвация* и др.). Из префиксов наибольшее распространение в средствах массовой информации получили приставки **раз-/рас-** (ср.: *разбазаривание, раскультивание* и др.) и **де-** (*деполитизация, дефедерализация, дезинтеграция* и др.). При этом активно **заимствуются некоторые словообразовательные элементы** (преимущественно префиксы и производящие основы) **иноязычного происхождения** (ср.: *лобби – лоббизм, лоббист, пролоббировать; богач – супербогач, квазибогач* и др.).

2. Среди вновь образованных лексем в XXI веке большое распространение получают **экспрессивно ориентированные единицы, особенно в пейоративной сфере**. Так, регулярными и продуктивными, как кажется, являются суффиксы отрицательной оценки типа **-щин-, -ух-** в наименованиях общественно-политических течений, явлений социального плана, морально-этических ценностей (*беспредельщина, стипуха, замануха* и др.).

3. Особое место в сфере новообразований занимают **окказионализмы** (от лат. *occasionalis* – случайный), представляющие собой особую часть результатов лингвокреативной деятельности человека. В современной речевой практике как в непринуждённой разговорной речи, так и в средствах массовой информации, наблюдаются элементы изобретательности, имеющие прямое отношение к индивидуальному творчеству. Именно появление окказионализмов является прямым свидетельством творческого подхода современной языковой личности к использованию языка. Ср., например, такие окказионализмы, которые встречаются на современном этапе в публикациях, посвящённых тем или иным финансовым вопросам: *гусь-березовщина* (о политике, проводимой Б. Березовским и В. Гусинским), *бровеэкономия* (название статьи в газете о возможности сэкономить деньги на собственной красоте) и др.

4. Одной из ярких особенностей, которые начали существовать в XX веке и продолжились в XXI веке, является **процесс свёртывания наименований**, определяемый как результат активного семантико-синтаксического способа словообразования и демонстрирующий собой общую тенденцию современного русского языка к **анализму**. Такие единицы обычно появляются на основе сочетаний существительных и прилагательных с помощью некоторых



суффиксов (ср.: -ик-, -ак-, -ушк(а), -ух(а)), наиболее продуктивным из которых является суффикс -к(а), и иллюстрируют собой процесс компрессии, характерный преимущественно для образования имён существительных в разговорной речи. Специфика компрессивного словообразования определяется тем, что такие способы, как аббревиация, субстантивация, универбация и усечение, в большей степени характерные для разговорной речи, приводят к образованию номинативных единиц, которые имеют тождественное базовому слову или словосочетанию значению, но отличаются от них более краткой формой<sup>1</sup>; ср., напр.: *капиталка – капитальный ремонт, оборонка – оборонная промышленность, наличка – наличные деньги, упрощёнка – упрощённая система налогообложения для индивидуальных предпринимателей* и под.

5. Одной из наиболее ярких черт современного русского словообразования, безусловно, является **новая волна аббревиации**. Данное явление объясняется тем, что аббревиация, выполняющая в языке компрессионную функцию, в современном русском языке начинает использоваться активнее, поскольку представляет собой наиболее экономный способ словообразования. Следует отметить, что русский литературный язык уже на самых ранних стадиях своего развития обнаруживал результаты такого способа словообразования, в первую очередь это относится к классу имён собственных (ср., напр.: *Новгород, Святополк, Святослав* и др.)<sup>2</sup>, однако в полной мере «расцвет» аббревиации в русском языке приходится на XX век, что вызвало тогда множество неоднозначных оценок специалистов и носителей языка и чему посвящена обширная лингвистическая и научно-популярная литература.

Безусловно, XXI веку также свойственно появление ряда новых аббревиатур. Ср.: *АТЭС – Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество, БД – Белый дом, ОБЭП – Отдел по борьбе с экономическими преступлениями, СП – совместное предприятие, ЦБ РФ – Центральный банк Российской Федерации* и даже *ПО-материалы* (пожароопасные материалы), *ГМ-продукты* (генетически модифицированные продукты), *ПБОЮЛ* (предприниматель без образования юридического лица) и др. При этом особо интересно то, что возникшие аббревиатуры через некоторое время теряют свой «аб-

---

<sup>1</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М., 2001. – С. 144.

<sup>2</sup> Там же. – С. 147.

бrevиатурный статус», вступают далее в словообразовательный процесс, образуя целые ряды новых производных слов. К числу наиболее интересных единиц исследователи относят первоначально официальную аббревиатуру *БОМЖ* (*Без Определённого Места Жительства*), которая быстро стала функционировать в массовой речи, а далее и в СМИ как существительное мужского рода *бомж*, получив соответствующую парадигму словоизменения; ср.: *бомжа*, *у бомжа*, *с бомжом* и т.д. Несколько позднее существительное *бомж* образовало ряд своих производных: *бомжиха*, *бомжонок*, *бомжатник*, *бомжевать*<sup>1</sup>.

Обратим также внимание на очень активно употребляющиеся сейчас существительные, образованные путём различных усечений из сочетаний существительных и прилагательных, типа *Минфин* – *Министерство финансов*, *хозрасчёт* – *хозяйственный расчёт*.

## 4.2. Морфологические особенности языкового портрета современного финансиста

Нет сомнения в том, что морфология как самый строго организованный ярус языковой системы менее всего подвержен изменениям. Однако XXI век, как кажется, вносит свои коррективы и в этот устойчивый и глубинный пласт современного русского языка.

Начиная с 60-х годов XX века в морфологии русского языка, так же, как и в других языковых ярусах, последовательно отмечается **общая тенденция к аналитизму**<sup>2</sup>. По мнению Н.С. Валгиной, аналитизм в морфологии в настоящее время обнаруживает себя: 1) в росте класса несклоняемых имен; 2) в увеличении количества существительных общего рода и применении форм мужского рода к обозначениям женского пола; 3) в изменении способа обозначения собирательности в именах существительных<sup>3</sup>.

Анализ собранного нами языкового материала свидетельствует о том, что в русском языке XXI века наблюдается нарастание аналитических черт, наиболее последовательно проявляющих себя в следующих случаях:

---

<sup>1</sup> Юдина Н.В. Русский язык в XXI веке: кризис – эволюция – прогресс? – М.: Гнозис, 2010. – С. 108.

<sup>2</sup> Русский язык и советское общество. Морфология и синтаксис современного русского литературного языка / под ред. М.В. Панова. – М., 1968.

<sup>3</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М., 2003. – С. 156.

а) **увеличение класса несклоняемых имен.** К примерам такого рода, в первую очередь, относятся иноязычные финансовые термины, ср, напр.: *аживо* (финансовый термин, означающий прибавочную стоимость или излишек, который в некоторых случаях платят за монету, денежные знаки или государственные облигации сверх их номинальной цены), *нетто*, *ноу-хау*, *эмбарго* и др.;

б) **продуктивность использования нулевой флексии вместо нормативной материально выраженной.** Этот процесс может быть фактом конкуренции окончания *-ов* и нулевой флексии в форме родительного падежа множественного числа имён существительных. Наиболее последовательно явление такого рода проявляется в сфере следующих групп существительных:

1) в названиях плодов, фруктов и овощей (*апельсинОВ* и *апельсин*, *яблоков* и *яблок*, *помидоров* и *помидор*);

2) в номинациях единиц измерения (*килограммов* – килограмм, *граммов* – грамм, *вольтОВ* – вольт);

3) в названиях лица по национальному признаку (*грузинОВ* и *грузин*, *туркменОВ* и *туркмен*, *бурятОВ* и *бурят*);

4) в номинациях парных предметов (ср.: нормативные *сапог*, *чулок*, *шаровар* и устаревшие *сапогов*, *чулков*, *шароварОВ*, но *носокОВ*) и некоторых других группах существительных.

Отметим, что данная особенность характерна для языкового портрета современного финансиста в той же мере, как и для современной русской языковой личности в целом. Думается, что данная тенденция отчасти вполне объяснима, с одной стороны, действием *закона речевой экономии*, свойственного русскому языку, и *закона экономии речевых усилий*, характерного для русскоязычной личности начала XXI века. С другой же стороны, можно наблюдать всё более активно проявляющее себя в современном языке **стремление к возможной унификации языковых средств при их избыточной вариативности**;

в) всё более частое применение **форм мужского рода для обозначения лиц женского рода.** Данная тенденция обусловлена, на наш взгляд, тем, что русский язык, как кажется, особо проявляет себя в сфере «морфологической эмансипации». Вполне очевидно, что в наименованиях лиц форма грамматического рода в идеале должна быть сопоставима с полом обозначаемого лица; ср.: *учитель* – *учительница*, *летчик* – *лётчица*. Однако в подавляющем

большинстве случаев в русском языке существует и постоянно пополняется класс наименований профессий, употребляющихся только в форме мужского рода и не имеющих нейтральных соответствий в формах женского рода. Большинство существующих коррелирующих форм не имеют официального статуса ввиду того, что обозначают жену по профессии мужа (*генерал – генеральша*) или имеют ярко выраженный просторечный оттенок значения (*банкир – банкирша, секретарь – секретарша, риелтор – риелторша* и даже *продавец – продавщица* и др.).

Данная лексико-семантическая группа единиц постоянно пополняется ввиду того, что, во-первых, женщины всё чаще занимают должности, традиционно обозначаемые только формами имён мужского рода (*президент, министр, ректор, директор* и др.), а во-вторых, XXI век «рождает» множество новейших профессий. При этом интересен тот факт, что даже новые существительные – наименования лиц по профессии, появляясь в языке, довольно часто не имеют женских «аналогов», несмотря на то, что представительницы женского пола довольно часто могут быть заняты в данной профессиональной сфере (ср. в этой связи наименование экономических профессий, а также обозначение лиц в связи с их экономической детальностью: *менеджер, аудитор, магнат* и др.). Данная ситуация в сфере морфологии разрешается посредством тенденции «согласования по смыслу», проявляющей себя уже на синтаксическом уровне.

Из современных морфологических особенностей, реализующихся уже вне рамок общезыковой тенденции к аналитизму, обращает на себя внимание **тенденция вхождения в нейтральный литературный фонд морфологических средств из живой разговорной речи**, что может быть проиллюстрировано на ряде примеров. Так, в настоящее время под влиянием профессиональной и разговорной речи всё активнее **в литературный язык внедряются имена существительные в форме именительного падежа множественного числа с окончанием -а** (вместо предшествующего -ы(и)). Ср., к примеру, *бухгалтерА, договорА, кондукторА* и др.

Многие активные процессы в сфере морфологии оказывают заметное влияние на изменения в синтаксисе русского языка.

### 4.3. Специфика языкового портрета современного финансиста в области синтаксиса

Специфика языкового портрета современного финансиста в области синтаксиса русского языка является отчасти продолжением основных тенденций, проявляемых на уровне других языковых ярусов. По-прежнему и в сфере синтаксиса отмечается тенденция к аналитизму, а предпочтение отдаётся более экономным и «мобильным» средствам выражения как на уровне словосочетания, так и в строе предложения.

И. Н.Ю. Шведова, описывая активные процессы в современном русском синтаксисе в середине XX века, вполне справедливо отмечала тот факт, что «изменения **в системе словосочетаний** происходят значительно быстрее, чем в системе предложения: структуры словосочетаний по характеру своих значений более конкретны, чем структуры предложений, более подвижны», поскольку подобные изменения в них могут быть обусловлены в первую очередь семантическими процессами в самом слове. Кроме того, активное развитие в сфере словосочетаний стимулируется всевозможными процессами уподобления, взаимовлияния и взаимопроникновения, которые действуют внутри самой языковой системы вообще и системы словосочетаний в частности<sup>1</sup>.

Среди активных процессов, происходящих в сфере русского словосочетания и приходящихся на период 60-х годов XX века, Н.Ю. Шведова отмечает такое явление, как образование предложных конструкций на месте бывшего традиционного употребления в подобных контекстах беспредложных словосочетаний; ср.: *банковская ячейка – ячейка в банке, залоговый кредит – кредит под залог* и т.д. При этом результат подобного варьирования может быть не только двучленным, но и трёхчленным, ср.: *квартирная плата – плата за квартиры – плата с квартир* и т.д. Как отмечает Н.Ю. Шведова, словосочетание, которое образовалось на основе переразложения, по своей семантике становится более дифференцированным, поскольку выражает соответствующее значение более конкретно: «эта суженность семантики выступает особенно наглядно в тех случаях, когда первым членом ряда является словосочетание с прилагательным, в котором общее значение отношения не ослож-

---

<sup>1</sup> Шведова Н.Ю. Активные процессы в современном русском синтаксисе (словосочетание). – М.: Просвещение, 1966. – С. 5.

нено никакими добавочными оттенками, обязательно приносимыми предложно-падежной формой»<sup>1</sup>. Таким образом, среди явлений, происходящих в системе словосочетания в русском языке начала XXI века, можно выделить следующие значимые для осмысления специфики языкового портрета современного финансиста процессы.

1. Как кажется, обозначенная выше **тенденция роста предложных сочетаний** характерна и для XXI века. При этом довольно часто в нейтральный литературный фонд входят факты живой разговорной речи, избыточной и необоснованной внедрением предлогов в беспредложные сочетания. К таким единицам, в первую очередь, относятся глагольные словосочетания типа *\*заметить о том, что* (вместо *заметить что-либо*), *\*оплатить за проезд* (вместо *оплатить проезд*) и др.

2. Не менее иллюстративна в сфере словосочетания и известная тенденция к аналитизму и экономии речевых усилий. Так, например, она проявляется в том, что **дескриптивные конструкции** всё чаще **заменяются однословными единицами**, при этом в качестве альтернативных выступают преимущественно заимствованные слова. Так, например, по мысли К.С. Горбачевича, если объект представляет собой одно целое, то говорящие стремятся обозначить его одним словом, а не словосочетанием, или же заменить описательные наименования однословными (ср.: *таблоид* (англ. *tabloid*) и *бульварная газета* и т.д.)<sup>2</sup>. Как оказывается, эта тенденция влечет за собой серьезные изменения не только в современном синтаксисе, но и в словообразовании.

3. Не менее регулярным является в настоящее время и **усечение словосочетаний**, сопровождающееся в ряде случаев одновременной субстантивацией прилагательных (ср.: *докладная* (*докладная записка*), *служебная* (*служебная записка*)) и также являющееся яркой иллюстрацией активно действующего закона экономии речевых средств.

**II. В сфере предложения** одной из достаточно чётко определившихся тенденций является **расширение круга расчлененных и сегментированных синтаксических построений**<sup>3</sup>, к которым наиболее последовательно относятся:

---

<sup>1</sup> Шведова Н.Ю. Активные процессы в современном русском синтаксисе (словосочетание). – М.: Просвещение, 1966. – С. 28.

<sup>2</sup> Горбачевич К.С. Изменение норм русского литературного языка. – Л., 1971.

<sup>3</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М., 2003. – С. 184.

- присоединительные конструкции;
- парцеллированные конструкции;
- сегментированные конструкции (в частности, так называемые изолированные номинативы типа именительного темы, именительного представления, изолированного именительного и др.).

Эти три достаточно часто встречающиеся в современном русском языке типа конструкций объединяет тот факт, что они представляют собой экономные смысловые и стилистически выразительные единицы, имитирующие разговорную непринуждённость и удовлетворяющие требованиям лаконичности, динамичности и креативности современной языковой личности.

Так, например, под *парцелляцией* (от франц. *parcelle* – частица) в отечественной лингвистической литературе принято понимать способ речевого представления единой синтаксической структуры – предложения – несколькими коммуникативными самостоятельными единицами – фразами<sup>1</sup>. Парцеллированные конструкции являются способами реализации особого индивидуального авторского замысла и специфическими индикаторами авторской интенции. По мысли Я.В. Боргер, каждая авторская интенция, реализуемая посредством парцеллированной конструкции, соотносится с одной из её функций: *характерологической* (изображающей устную речь говорящего), *экспрессивно-выделительной* (выделение наиболее значимой части высказывания) и *оценочной* (имплицитное выражение собственной оценки). Так, в заголовке газеты «Коммерсантъ» *Конституционный суд рассекретил международные договоры. Чтобы граждане могли их соблюдать* (Коммерсантъ, № 54 от 28.03.2012) автор с помощью парцеллята не только воссоздаёт устную речь, но и акцентирует внимание читателя на важности именно той части фразы, которая начинается союзом «чтобы». «Парцеллирование текста связано с общим изменением ритмомелодии современного текста, обнаруживающего тенденцию к сжатости, экономности высказывания и вместе с тем к ёмкости, информационной и эмоциональной насыщенности»<sup>2</sup>, и в этой связи, как нам кажется, удовлетворяет ряду критериев, предъявляемых русскоязычной личностью XXI века к современному русскому языку. Вме-

<sup>1</sup> Ванников Ю.В. Парцелляция // Русский язык: энциклопедия. – 2-е изд., перераб. и доп. / гл. ред. Ю.Н. Караулов. – М.: Дрофа, 1997. – С. 328.

<sup>2</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М., 2003. – С. 248.

сте с тем необоснованная сегментированность текста может вступать в противоречие с основной информативной функцией предложений (в пользу экспрессивной) и в этом смысле нуждается в умелом использовании.

III. Несмотря на явную тенденцию к аналитизму, язык стремится к тому, чтобы удовлетворять требованиям сохранения полной и адекватной информации, необходимой носителю языка. В этой связи актуальной на уровне словосочетания и в строе предложения становится общая **тенденция к смысловой точности высказывания и поиску адекватных способов дифференциации значений**. Эта тенденция, в первую очередь, может быть проиллюстрирована на примере изменений в функционировании существительных мужского рода при обозначении лиц женского пола (о чем уже схематично было сказано при описании активных процессов в области морфологии).

Так, на синтаксическом уровне наблюдается всё более отчетливо проявляющаяся, начиная примерно с 50-х годов XX века, **тенденция согласования «не по форме, а по смыслу»**<sup>1</sup>. Эту особенность можно пронаблюдать на примерах согласования сказуемого и определения с личным существительным при обозначении женщины по её профессии, должности и т.д. (типа *менеджер сказала*), что порождает нарушения синтаксических норм. Долгое время традиционно было принято считать безупречным грамматическое согласование по мужскому роду (*кассир ошибся, секретарь позвонил* и т.п.) независимо от пола обозначаемого лица. Однако отечественные языковеды уже в конце 80-х годов XX века отмечали, что использование согласования глагола-сказуемого с подлежащим, выраженным существительным, по смысловому принципу становится нормативным. Так, К.С. Горбачевич характеризовал подобное явление как «бесспорный факт современной устной и письменной речи», что даёт основание признавать этот вариант согласования вполне правомерным<sup>2</sup>.

Так, в отечественной лингвистической литературе, начиная примерно с конца 60-х годов XX века, наряду с традиционным фор-

---

<sup>1</sup> Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – С. 368.

<sup>2</sup> Горбачевич К.С. Нормы современного русского литературного языка. – 3-е изд., испр. – М.: Просвещение, 1989. – С. 188–190.



мальным согласованием по показателям грамматического рода начинает признаваться в качестве нормативного и смысловое согласование сказуемого с подлежащим, если подлежащее обозначает женщину по роду занятий, должности, профессии и т.п. Однако сочетания типа *молодая банкир, строгая директор, успешная риелтор* и т.п. и до настоящего времени рассматриваются в большей степени как примеры разговорной речи<sup>1</sup>. По меткому и не лишённому образности выражению А.Б. Копелиовича, подобным образом, «норма не приемлет маркированности левых и благосклонна к маркированности правых элементов»<sup>2</sup>.

При этом тот факт, что в современной речи отмечается активное использование конструкций типа *директор пришла* и *хорошая директор*, объясняется некоторыми лингвистами тем, что среди главных законов языкового развития наиболее мощным по своему распространению является закон взаимодействия внутренних и внешних факторов, обуславливающий ситуацию, при которой «изменения в языке оказываются возможными благодаря заложенным в нем потенциям внутреннего характера, которые обнаруживаются под воздействием внешнего, социального «толчка»<sup>3</sup>. Подобным социальным «толчком», проявившимся в том, что ряд профессий, издавна считавшихся мужскими, потеряли свой уникальный статус, можно объяснить и гипотетическую возможность нормативного двойного согласования для существительных, обозначающих не только мужчину, но и женщину по роду занятий, должности, профессии и т.п., как это происходит, например, с существительными общего рода (ср., напр., *сирота, забияка, зазноба, неряха*).

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что тенденция смыслового согласования прилагательного и глагола-сказуемого с существительным, обозначающим женщину по роду занятий, которая, безусловно, отмечается в современном русском языке как одна из наиболее ярких, имеет тем не менее достаточно длительную историю и может быть объяснена не только внутренними законами языкового развития, но и внешними причинами. Как представляется, такая тенденция под влиянием ряда экстралингвистических

---

<sup>1</sup> Горбачевич К.С. Нормы современного русского литературного языка. – 3-е изд., испр. – М.: Просвещение, 1989. – С. 190.

<sup>2</sup> Копелиович А.Б. Именная категория лица в её отношении к грамматическому роду: Материалы для спецкурса. – 2-е изд., испр. – Владимир: ВГПУ, 1997. – С. 57.

<sup>3</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М., 2003. – С. 162.

факторов получит в скором времени формальное закрепление в качестве нормативной, поскольку уже сейчас смысловое согласование в подобных случаях превалирует над формальным. Более того, подобная позиция, которая в некоторых научных работах признавалась «слишком либеральной»<sup>1</sup>, была отражена ещё в «Русской грамматике» 1980 года.

В целом, характеризуя активные процессы в области синтаксиса, заметим, что синтаксис русского языка XXI века, стремясь удовлетворить социальным факторам путём приближения к разговорным синтаксическим конструкциям, всё чаще представлен расчлененными, фрагментарными, словесно сжатыми и ёмкими единицами. В этой связи повышается роль контекста, порядка слов и акцентных выделений. Это значит, что у современной языковой личности появляется много новых интра- и экстралингвистических ресурсов для самовыражения.

### **ВЫВОДЫ**

Итак, анализ языкового портрета современного финансиста на основных языковых уровнях (словообразовательном, морфологическом и грамматическом) показывает, что для этой сферы характерны следующие особенности.

**1. На словообразовательном уровне** функционирования языковых единиц в речи финансиста специалисты единодушно отмечают его «лавинообразный характер». Среди основных закономерностей отмечается возрастание продуктивности ряда словообразовательных моделей, что вызвано в первую очередь причинами социального плана: новые реалии внеязыковой действительности (предметы, лица, субстанции и т.д.) нуждаются в номинации. Кроме того, расширяется круг производящих основ посредством просторечных, жаргонных и иноязычных «доноров» при сохранении исконных формантов, заимствуются некоторые словообразовательные элементы иноязычного происхождения. Среди вновь образованных лексем в XXI веке большое распространение получают экспрессивно ориентированные единицы, особенно в пейоративной сфере. К одной из самых ярких особенностей в области словообразования XXI века, бесспорно, относится новая волна аббревиации.

---

<sup>1</sup> Горбачевич К.С. Нормы современного русского литературного языка. – 3-е изд., испр. – М.: Просвещение, 1989. – С. 191.

**2. Морфологические особенности** языкового портрета современного финансиста отражают основные процессы, происходящие в морфологии языка в целом. Начиная с 60-х годов XX века, в морфологии русского языка, так же как и в других языковых ярусах, последовательно отмечается общая тенденция к аналитизму. Из современных морфологических особенностей, проявляющихся уже вне рамок общеязыковой тенденции к аналитизму, обращает на себя внимание тенденция вхождения в нейтральный литературный фонд морфологических средств из живой разговорной речи, что может быть проиллюстрировано на ряде примеров. Многие активные процессы в сфере морфологии оказывают заметное влияние на изменения в синтаксисе русского языка.

**3.** Характеризуя активные процессы в области **синтаксиса**, заметим, что синтаксис русского языка XXI века, стремясь удовлетворить социальным факторам путём приближения к разговорным синтаксическим конструкциям, всё чаще представлен расчлененными, фрагментарными, словесно сжатыми и ёмкими единицами. В этой связи повышается роль контекста, порядка слов и акцентных выделений. Это значит, что у современной языковой личности появляется много новых интра- и экстралингвистических ресурсов для самовыражения.

### → **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Какие словообразовательные модели являются приметой XXI века?

2. В чём особенность новой волны аббревиации в русском языке?

3. Назовите общую тенденцию, которая наблюдается в морфологии русского языка ещё с начала 60-х годов XX века.

4. Какими законами языка можно объяснить современную продуктивность использования нулевой флексии вместо нормативной материально выраженной?

5. В чём проявляется тенденция вхождения в нейтральный литературный фонд морфологических средств из живой разговорной речи?

6. Какие особенности в сфере словосочетания в структуре языкового портрета современного финансиста вы можете перечислить?

7. В чём специфика построения современного предложения в речи финансиста?

## → ЗАДАНИЯ

1. Возьмите небольшой текст из любого современного финансового издания. Каким способом образованы в данном тексте большинство существительных? Чем вы можете это объяснить?

2. Составьте как можно более полный список наименований человека по роду деятельности в финансовой сфере. Какие особенности данных номинаций вы можете выделить?

3. Сравните две небольшие статьи из журнала финансовой тематики начала XXI века и середины XX века. Наблюдается ли разница в построении словосочетаний и предложений в этих журналах? Поясните свою точку зрения.

## → ТЕСТЫ

1. Какой процесс демонстрирует слово *упрощёнка* в значении «упрощённая система налогообложения»?

- а) появление экспрессивно ориентированных единиц;
- б) процесс свёртывания наименований;
- в) возрастание продуктивности ряда словообразовательных моделей;
- г) расширение круга производящих основ посредством просторечных, жаргонных и иноязычных «доноров» при сохранении исконных формантов.

2. Отметьте слова, которые в родительном падеже множественного числа оканчиваются на *-ов (-ев)*:

- а) *доллар*;
- б) *юань*;
- в) *реал*;
- г) *злотый*.

3. Отметьте слова, которые относятся к мужскому роду:

- а) *брутто*;
- б) *карго*;
- в) *демпинг*;
- г) *вето*.

4. Укажите, к какому роду относятся следующие аббревиатуры:

а) МАГАТЭ;

б) ОБЭП;

в) ВТО;

г) АТЭС.

5. Какую из перечисленных ниже тенденций в сфере словосочетания демонстрируют примеры типа *\*оплатить за проезд* (вместо *оплатить проезд*):

а) рост предложных сочетаний;

б) замена дескриптивных конструкций однословными единицами;

в) усечение словосочетаний;

г) уменьшение количества атрибутивных сочетаний.

6. Вставьте, где это необходимо, окончания глаголов-сказуемых:

а) *В саммите участвовал... тридцать один представитель финансовых групп разных стран.*

б) *Два банковских сейфа стоял... у стены.*

в) *Большинство статей в журнале посвящен... теме импортозамещения.*

г) *Жажда наживы, а не здравый расчёт взял... верх.*

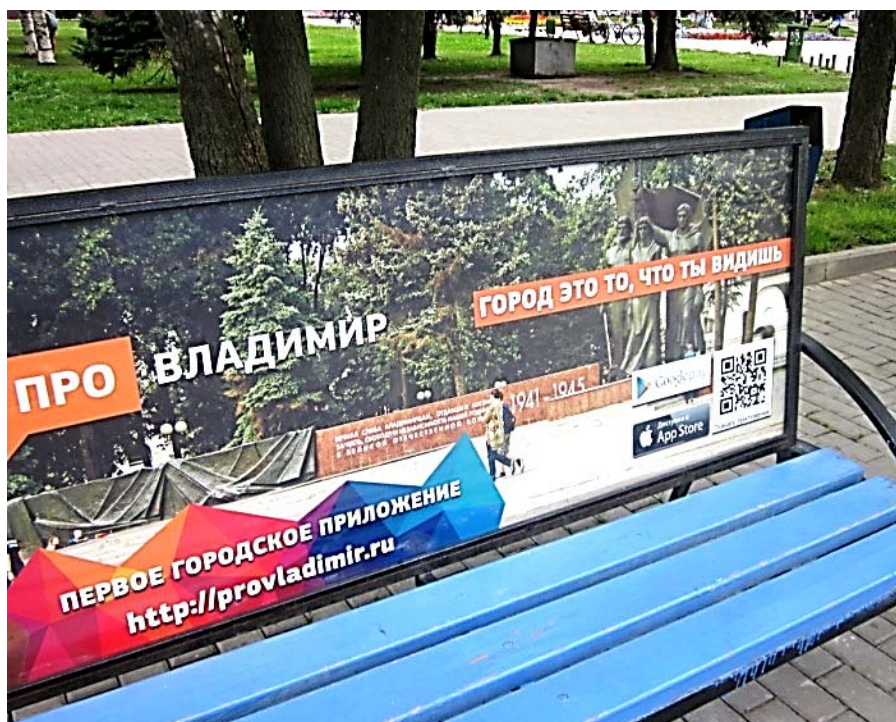
7. Какой знак препинания пропущен в тексте данной наружной рекламы:

а) тире;

б) запятая;

в) двоеточие;

г) никакого.



---

## Глава 5

# ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА

### 5.1. Понятие речевого поведения в современной науке о языке

В научных исследованиях последних лет, посвящённых проблеме использования языковых единиц в повседневном общении, изучение речевого поведения человека как основополагающей категории в этом процессе становится одним из центральных вопросов. При этом работы последних десятилетий содержат в себе попытки анализа различных образцов речевого поведения человека в зависимости от ситуации общения, от его социального статуса, профессиональной характеристики или психологических черт. Однако следует отметить, что до настоящего времени так и не сформировался единообразный подход, который бы позволял осуществить всестороннее описание разнообразных коммуникативных действий человека в рамках процесса его речевого общения.

Современная наука о языке до настоящего времени не сформировала достаточно чёткого определения понятия *речевое поведение*, о чём свидетельствует отсутствие подобной статьи в большинстве словарей лингвистических терминов. При этом следует указать, что данное сочетание в таких словарях, безусловно, встречается, однако в рамках описания других научных дефиниций. Кроме того, данный термин активно используется в социолингвистической науке, в недрах которой он, по мнению некоторых специалистов, и появился. Так, в «Словаре лингвистических терминов» Т.В. Жеребило, выпущенном в 2010 году в г. Назрани, даётся следующее определение: «РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ. Термин, заимствованный из западной социолингвистики, связанный с бихевиористической теорией человеческого поведения (поведение является реакцией на внешние стимулы). Речевое поведение изучается с точки

зрения процесса выборки языка или языкового варианта для построения социально корректного высказывания. Оно реализуется в конкретных видах или стратегиях, в зависимости от темы, обстановки, цели общения, ролевых отношений коммуникантов, их социального статуса и установки»<sup>1</sup>.

На относительную неопределённость научного статуса термина *речевое поведение* указывает и тот факт, что в различных лингвистических, социологических и психологических исследованиях наряду с ним используется многообразие терминов, которые обозначают описываемую категорию (ср., например, такие дефиниции, как *коммуникативное поведение, языковое поведение, словесное поведение, вербальное поведение* и др.).

При этом в научных кругах до настоящего времени не утихают споры о научной оценке и трактовке самого феномена речевого поведения. В связи с этим можно говорить об определённой научной проблеме, которая требует дальнейшего исследования и теоретико-методологического закрепления.

В наши дни главными вопросами, представляющими собой особый интерес для учёных, анализирующих феномен речевого поведения, являются следующие:

- 1) коммуникативная сущность речевого поведения;
- 2) субстанциональные характеристики и составляющие переменные этой категории;
- 3) характер применения различных коммуникативных тактик и стратегий в процессе речевого поведения.

Интерес учёных к обозначенным вопросам определяется в первую очередь тем, что именно эти элементы речеповеденческой категории во многом определяют выбор конкретных языковых средств в каждом конкретном коммуникативном акте.

Как известно, **бихевиористское понимание** феномена речевого поведения как разновидности общей категории человеческого поведения строится на основе соотнесения стимулов и соответствующих им реакций. Однако современные тенденции в исследовании данного феномена обнаруживают возможность более широкого использования различных внутрилингвистических и вне-

---

<sup>1</sup> Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. 5-е изд., испр-е и дополн. – Назрань: Пилигрим, 2010. – С. 308.

лингвистических факторов, что позволяет уйти от исключительно психологического анализа в русле бихевиоризма.

Речевое поведение как одна из фундаментальных категорий научного исследования подвергалось анализу в работах как учёных-психологов (Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева, А.Р. Лурии и др.), так и лингвистов (Т.Г. Винокур, Е.А. Земской, Л.В. Щербы и др.). В результате взаимодействия этих двух направлений появилась **психолингвистика**, которая стала одной из первых дисциплин, провозгласившей тезис о том, что в процессе изучения слова и его значения в качестве точки отсчёта должна быть взята не отвлечённая языковая система, а носитель языка, индивид, у которого данное значение формируется в результате обобщения его многогранного опыта с учётом выработанных социумом норм и оценок<sup>1</sup>.

Следует подчеркнуть, что в настоящее время речевое поведение является объектом изучения различных наук, среди которых наука о языке занимает одну из ведущих позиций. При этом, бесспорно, исследование данной категории в языкознании происходит на стыке различных междисциплинарных парадигм: антропологической, культурологической, социологической и, безусловно, психологической. Однако современная наука о языке и человеке диктует необходимость анализа речевого поведения с позиций комплексного подхода, учитывающего все перечисленные аспекты.

Прежде чем приступить к анализу речевого поведения современного финансиста, следует проанализировать особенности толкования данного термина в современных работах.

1. **Психолингвистический подход** обнаруживает толкование термина *речевое поведение*, которое даёт И.А. Зимняя в своём труде «Лингвопсихология речевой деятельности», определяя речевое поведение как специфическую и неотъемлемую часть поведения в целом как сложной системы поступков, действий, движений. По выражению учёного, речевое поведение «есть форма социального бытия человека, в нем проявляется вся совокупность речевых действий и речевой деятельности человека»<sup>2</sup>. Иными словами, в данном определении речевое поведение трактуется, если можно так

---

<sup>1</sup> Юдина Н.В. Русский язык в XXI веке: кризис – эволюция – прогресс? – М.: Гнозис, 2010. – С. 65.

<sup>2</sup> Зимняя И.А. Лингвопсихология речевой деятельности. – М.: Моск. психол.-соц. ин-т; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2001. – С. 56.



выразиться, как определённая лингвopsихологическая структура, набор элементов – речевых действий.

2. Во многом **бихевиористский подход** отражён в трактовке термина *речевое поведение* В.И. Карасиком, который пишет, что речевое поведение – это «осознанная и неосознанная система поступков, раскрывающих характер и образ жизни человека»<sup>1</sup>, добавляя, таким образом, к трактовке термина важность психологического аспекта (характер) и фактора внешнего окружения (образ жизни).

3. **Коммуникативный аспект** становится первостепенным в определении, сформулированном в коллективном труде «Русский язык и его функционирование. Коммуникативно-прагматический аспект», где *речевое поведение* трактуется как «речевые поступки индивидуумов в предлагаемых обстоятельствах, отражающих специфику языкового существования данного говорящего коллектива в данном общественном устройстве»<sup>2</sup>.

4. Соотношение терминов *речевое поведение* и *языковой портрет* отчётливее всего просматривается в определении, данном Т.Г. Винокур, которая, ссылаясь на работу К.А. Долинина 1985 года<sup>3</sup>, отмечает, что речевое поведение – это не столько определённая часть поведения в целом, сколько образ человека, который строится из способов использования им средств языка применительно к конкретным обстоятельствам его жизни<sup>4</sup>.

5. Как представляется, наиболее **комплексное определение** представлено в работах А.Е. Супруна, который под *речевым поведением* понимает весь комплекс отношений, включённых в коммуникативный акт, т.е. вербальную и невербальную информацию, паралингвистические факторы, а также место и время речевого акта, обстановку, в которых этот факт происходит<sup>5</sup>. Таким образом, по мысли исследователя, речевое поведение представляет собой систему речевых поступков личности в более или менее типичных ситуациях общения, которые в целом отражают особенности языкового сознания социума, к которому эта личность принадлежит.

---

<sup>1</sup> Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Гнозис, 2004. – С. 8.

<sup>2</sup> Русский язык и его функционирование. Коммуникативно-прагматический аспект. – М.: Наука, 1993. – С. 5.

<sup>3</sup> Долинин К.А. Интерпретация текста. – М., 1985.

<sup>4</sup> Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. – М.: Наука, 1993. – С. 16.

<sup>5</sup> Супрун А.Е. Лекции по теории речевой деятельности. – Минск: БГУ, 1996. – С. 125.

Остановимся также на рассмотрении термина **коммуникативное поведение**, который был предложен И.А. Стерниным и в настоящее время во многих работах употребляется как близкий к понятию **речевое поведение**. И.А. Стернин понимает **коммуникативное поведение** как «совокупность реализуемых в коммуникации правил и традиций общения той или иной лингвокультурной общности»<sup>1</sup>. При этом в совместной работе «Русские: коммуникативное поведение» И.А. Стернин и Ю.С. Прохоров отмечают, что «“речевое поведение” выступает как синоним термина “коммуникативное поведение”, они описывают одно и то же – общение народа, группы людей или личности как некоторую упорядоченную систему правил»<sup>2</sup>.

Принимая во внимание использование обоих терминов как синонимичных, мы в той или иной степени остановимся на рассмотрении **элементов речевого поведения**, выделенных в книге В.В. Соколовой<sup>3</sup>:

- 1) речевые этикетные формулы и ситуации их употребления;
- 2) принятые в определённых ситуациях темы общения;
- 3) продолжительность общения;
- 4) соблюдение временных рамок коммуникации;
- 5) интервалы общения различных групп людей;
- 6) частота общения определённых групп людей;
- 7) приоритеты общения различных коммуникативных групп.

## **5.2. Этикетные формулы и речевые клише в речи современного финансиста**

Проблема языковой клишированности вызывает большой интерес в современной лингвистической науке. При этом анализ исследований отечественных и зарубежных учёных последних лет свидетельствует о том, что дальнейшее изучение данного языкового явления в большей степени не приводит к единой точке зрения по этому вопросу, а скорее порождает разногласия в научных кругах.

---

<sup>1</sup> Стернин И.А. О понятии коммуникативного поведения // *Kommunikativ-funktionale Sprachbetrachtung*. – Halle, 1989. – S. 279.

<sup>2</sup> Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. *Русские: коммуникативное поведение*. – М.: Флинта; Наука, 2006. – С. 42.

<sup>3</sup> Соколова В.В. *Культура речи и культура общения*. – М., 1995. – С. 151.

**Речевым клише** (от фр. *cliché*) в лингвистической научной литературе называется «речевой стереотип, готовый оборот, используемый в качестве легко воспроизводимого в определённых условиях и контекстах стандарта»<sup>1</sup>. При этом, будучи готовыми к использованию речевыми формулами, клише способствуют облегчению протекания коммуникативного процесса, поскольку соответствует определённым психологическим стереотипам.

Чтобы какие-либо языковые единицы получили статус клишированных, они должны обладать рядом сходных признаков. Одним из главных признаков, по которым определяют клишированность той или иной языковой формулы, является её воспроизводимость в речи<sup>2</sup>.

В лингвистической науке существует различные подходы к определению характера и специфики речевой воспроизводимости:

1. В основе первого подхода, изложенного, например, в трудах В.В. Красных, лежит представление о том, что осуществление речевой деятельности сопряжено с постоянным продуцированием и интерпретированием новых речевых высказываний, которых участник коммуникации никогда до этого не слышал<sup>3</sup>. Согласно этой точке зрения, речевая деятельность признаётся исключительно творческим процессом, в ходе которого создаются уникальные комбинации речевых единиц. Вполне очевидно, что эта позиция предполагает, что ни о каких устойчивых выражениях или клишированных сочетаниях говорить нельзя, поскольку она отрицает саму возможность их существования, ведь каждый раз в коммуникативном акте речевые единицы создаются заново.

2. Другая точка зрения представлена, к примеру, в работах Б.М. Гаспарова. Эта теория базируется на том мнении, что в памяти существуют готовые к использованию коммуникативные фрагменты, которые позволяют человеку осуществлять взаимодействие с окружающей действительностью и её всестороннее изучение. Подобные фрагменты закрепляются в человеческой памяти на основе

---

<sup>1</sup> Клише // Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов. 2-е изд. – М.: Просвещение, 1976. – С. 99.

<sup>2</sup> Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвострановедческий аспекты. – М.: Школа и языки русской культуры, 1998.

<sup>3</sup> Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: лекционный курс. – М.: Гнозис; Кучково поле, 2001. – С. 85.

первого слухового или зрительного восприятия, а впоследствии могут регулярно воспроизводиться в речи<sup>1</sup>.

3. Компромиссная концепция допускает своеобразный симбиоз творческого характера речи и возможности существования речевой воспроизводимости. Так, Е.С. Кубрякова отмечала, что «реальная речевая деятельность представляет собой некий континуум, на одном полюсе которого стереотипная, клишированная и почти автоматически совершаемая речь, для описания которой, возможно, и достаточно небольшого аппарата с небольшим типом конструкций и единиц. Зато на другом полюсе этой деятельности – новаторство, творчество, выходы за установленные барьеры»<sup>2</sup>.

Отметим, что третий подход не характеризуется определённой непоследовательностью, присущей двум первым точкам зрения, которые можно назвать «полярными» и которые во многом отрицают явные языковые тенденции. Кроме того, компромиссный подход, сформулированный Е.С. Кубряковой, во многом объясняет окказиональные трансформации фразеологизмов, в результате чего в ходе коммуникативного акта создаётся совершенно новый текст, который становится частью постоянно изменяющейся ситуации, влияющей на изменение участников общения, а также самого контекста.

Итак, функционирование любого языка характеризуется борьбой и органическим взаимодействием двух тенденций. Первая из них предполагает творческий характер речевой деятельности языкового коллектива, в основе которого лежит представление о продуктивности языковых единиц, т.е. о процессе их порождения заново в каждом коммуникативном акте. Вторая тенденция предполагает возможность использования в речи готовых сложных форм, клишированность и их регулярную воспроизводимость. Отметим при этом, что сосуществование в языке двух этих противоположных тенденций позволяет, с одной стороны, развивать язык и создавать новые языковые формы, а с другой, экономить усилия представителей языкового коллектива, пополнять корпус национального языка готовыми составными блоками, которые наиболее

---

<sup>1</sup> Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. – М.: Новое литературное обозрение, 1996.

<sup>2</sup> Кубрякова Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности. – М.: Наука, 1986. – С. 112.

оптимально и точно выражают сущность какого-либо понятия<sup>1</sup>. Подобные готовые блоки и называются **речевыми клише**.

Будучи речевыми единицами, клише выполняют в процессе общения определённые функции. При этом, в отличие от свободных форм и сочетаний, продуцируемых каждый раз заново и выполняющих в первую очередь функцию воздействия на адресата речи, речевые клише ввиду своей устойчивости реализуют в основном коммуникативную функцию<sup>2</sup>. Так, анализируя эту функцию воспроизводимых сочетаний слов, часто упоминают о том, что они являются демонстрацией знака протеста или согласия, а точнее использование клишированных единиц признаётся знаком согласия. Кроме того, речевые клише включают в себя определённую прагматическую информацию, поскольку практически каждое из них характеризуется закреплённостью за той или иной речевой ситуацией, а также может указывать на принадлежность коммуниканта к какой-либо социально-профессиональной группе, что подтверждается фактом существования групп клише, характеризующих, например, речь политиков, врачей, журналистов и т.д.

Широкое использование клишированных оборотов является особенностью в том числе и финансовой сферы. Так, примерами речевых клише, которые используются как в политической, так и экономической среде, являются такие словосочетания, как *железный занавес, жёлтая пресса, закулисные сделки, империя зла, кризис доверия, мрачные прогнозы, точка роста, устойчивое развитие*. При этом некоторые из них стали уже крылатыми выражениями (например, *железный занавес* и *империя зла*). Использование речевых клише в речи финансиста могут позволить в достаточно лаконичной форме дать оценку или классифицировать то или иное явление. При этом вполне очевидно, что для правильной интерпретации подобных оборотов необходимо обязательное знание контекста, в котором этот оборот употребляется, поскольку одно и то же клишированное выражение в разных ситуациях может иметь различное значение или, по крайней мере, включать в себя как положительный, так и отрицательный посыл.

Речевые клише отличаются от других воспроизводимых единиц, которые называются **речевыми штампами**. Подобные обо-

---

<sup>1</sup> Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие. – М.: Слово/Slovo, 2000. – С. 239.

<sup>2</sup> Там же.

роты, как правило, неуместны в речи, поскольку представляют собой своеобразный шаблон, избитую форму выражения. Среди **разновидностей речевых штампов** выделяются следующие:

1) **универсальные слова** – это такие лексические единицы, которые характеризуются слишком обобщенным, а поэтому во многих случаях неопределённым или даже стёртым значением. Подобные слова называются универсальными, поскольку ими обычно заменяют слово с достаточно точным значением, чтобы избежать ненужной конкретики, поэтому их использование наблюдается там, где коммуникант стремится выразиться только приблизительно и общо. Так, например, универсальные слова встречаются в следующем предложении: *В работе фирмы присутствуют отдельные недостатки, что дало возможность некоторым лицам разработать определённые финансовые схемы для осуществления некоторых махинаций.* Выражения *отдельные недостатки, некоторые лица, определённые финансовые схемы, некоторые махинации* заменяют конкретные указания на то, что и кому позволило осуществить то или иное противоправное действие;

2) **парные слова**, или **слова-спутники**, употребляющиеся в речи чаще всего вместе, несмотря на то, что в класс фразеологических оборотов они не входят. К числу парных слов относят следующие сочетания существительных с прилагательными: *неизгладимое впечатление, огромная роль, определённое значение, широкое распространение.* Атрибутивные распространители (прилагательные и причастия) в подобных устойчивых сочетаниях являются семантически неполноценными, поскольку выражают смысл шаблонно, что лишает речь индивидуальности. При этом слушающий воспринимает поступающую информацию фрагментарно, ослабляя внимание к каждому слову;

3) **образные слова и выражения**, использование которых определяется во многом так называемой «модой» на те или иные речевые обороты. Их изначальная оригинальность со временем теряется, поскольку частое употребление в речи приводит к потускнению смысла, а сами эти обороты становятся шаблонными метафорами; ср. напр.: *новый русский, утечка мозгов, финансовое оздоровление* и др.

Подчеркнём, что речевые клише можно считать помощником говорящего и слушающего, в то время как штамп можно назвать вредителем, затрудняющим речевое взаимодействие.

В финансовой сфере общения разграничение таких понятий, как *речевое клише* и *штамп*, характеризуется высокой степенью важности, использование клишированных оборотов определяется в первую очередь необходимостью точного наименования тех или иных явлений, в то время как употребление штампов признаётся нарушением стилистических правил и не приветствуется в речи делового человека.

В речи финансиста использование речевых клише характеризуется влиянием специальных экономических знаний. **Клишированными** признаются такие устойчивые обороты речи финансового характера, которые считаются важнейшими элементами различных экономических документов, а также явлений и процессов, способствующими однозначному, краткому выражению мысли.

В этой связи можно выделить следующие реализации клишированных сочетаний в речи современного финансиста:

1) устойчивые предикативные единицы (предложения); ср., напр., *проект профинансирован, дебет и кредит сведены, бюджетный год закрыт* и др.;

2) синтаксические глагольно-именные конструкции; ср., напр., *проводить кампанию, принимать меры* и др.;

3) лексические речевые клише:

- составные термины; ср., напр., *авансированный капитал, альтернативные издержки, базисная цена, бюджетные ассигнования, венчурное производство, внутренний рынок, макроэкономические показатели* т.д.;

- устойчивые сочетания существительных с предлогом, а также именных словосочетаний, которые используются в функции предлога; ср., напр., *в присутствии, в соответствии с требованием, на основании изложенного, с соблюдением требований, с участием* и т.д.

В заключение отметим, что среди важнейших качеств, которыми должен обладать современный финансист, особо следует сказать о языковом вкусе, поскольку именно речь является основным инструментом в работе финансиста, который ежедневно должен налаживать эффективное взаимодействие с другими людьми в процессе коммуникации. В этой связи современному финансисту необходимо различать такие явления, как *клише* и *штампы*, чтобы использовать подобные обороты обдуманно, повышая качество и воспитательные коммуникативные установки своего речевого поведения.

### 5.3. Языковая игра в финансовой сфере

Среди процессов, которые обнаруживают органическое взаимодействие творческого и стереотипного начал в речевой деятельности, в настоящее время особенно активно проявляется такое явление, как **языковая игра**, природа которого до сих пор остаётся не до конца изученной исследователями.

Современные лингвисты не всегда сходятся во мнении относительно характера данного языкового явления. Сам термин **языковая игра** впервые был употреблён австрийским учёным Людвигом Витгенштейном, который считал, что любая игра представляет собой специфическое действие, а под языковой игрой понимал формы использования языка в действии<sup>1</sup>. Учёный связывал с феноменом языковой игры использование возможностей языка в определённой сфере общения, применение языковых средств в соответствии со спецификой реализуемой ими функции (апеллятивной, коммуникативной, экспрессивной и др.), а также осознание говорящим своей роли в достижении цели коммуникативного взаимодействия<sup>2</sup>. В отечественной лингвистической науке термин **языковая игра** прочно закрепился в научном обиходе после публикации статьи Е.А. Земской, М.В. Китайгородской и Н.Н. Розановой. При этом «сами лингвистические явления, обозначаемые данным термином, имеют достаточно длительную историю изучения»<sup>3</sup>. Е.А. Земская, М.В. Китайгородская и Н.Н. Розанова под **языковой игрой** понимали «те явления, когда говорящий „играет“ с формой речи, когда свободное отношение к форме речи получает эстетическое задание, пусть даже самое скромное. Это может быть и незатейливая шутка, и более или менее удачная острота, и каламбур, и разные виды тропов (сравнения, метафоры, перифразы и т. д.)»<sup>4</sup>. Следует подчеркнуть, что учёные, которые занимаются изучением

---

<sup>1</sup> Витгенштейн Л. Философские исследования // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16: Лингвистическая прагматика. М., 1985. – С. 79–128.

<sup>2</sup> Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 1996. – С. 3.

<sup>3</sup> Негрышев А.А. Языковая игра в СМИ: текстообразующие механизмы и дискурсивные функции // Inter-Cultural-Net: Международный (электронный) научно-практический журнал. Вып. 5. 2006. – С. 66–79.

<sup>4</sup> Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест / отв. ред. Е.А. Земская. – М., 1983. – С. 172–214.



фактов языковой игры в текстах художественных произведений или разговорной речи, сходятся во мнении, что данное явление следует рассматривать как реализацию поэтической функции языка.

Согласно определению Ю.К. Пироговой, под **языковой игрой** следует понимать «сознательное нарушение языковых норм, правил речевого общения, а также искажение речевых клише с целью придания сообщению большей экспрессивности»<sup>1</sup>.

По мнению М.А. Можейко, языковая игра, переводя речевую реальность в игровую плоскость, очерчивает горизонт возможных миров индивидуального и социокультурного опыта как не совпадающих с наличными, ибо, с одной стороны, в выборе правил языка, как и в выборе игры, человек ничем извне не ограничен, а с другой – соблюдение требования интерпретируемости модельной семантики заложено в самой основе конституирующего игру языка. Языковая игра строится по принципу плюрализма смыслов<sup>2</sup>.

В общем смысле **языковую игру** можно признать определённой языковой аномалией, характеризующей речь образованных людей, владеющих нормой, получающих эстетическое удовольствие от преднамеренных нарушений, тонко чувствующих границу между нормой и аномалией<sup>3</sup>.

Подобное понимание феномена языковой игры и реализации её функций согласуется с широким подходом к трактовке элементов игры в межличностных отношениях и культуре в целом, которые представлены в трудах нидерландского историка и философа Й. Хёйзинги<sup>4</sup> и американского психолога Э. Берна<sup>5</sup>.

Следует отметить, что чаще всего приёмы языковой игры используются в целях создания комического эффекта, однако не стоит полагать, что развлекательная функция является единственным предназначением игровых приёмов. Среди важнейших функций языковой игры следует выделить коммуникативную и контакто-

---

<sup>1</sup> Пирогова Ю.К. Речевое воздействие и игровые приёмы в рекламе // Рекламный текст: семиотика и лингвистика. – М.: Изд. дом Гребенникова, 2000. – С. 169.

<sup>2</sup> Можейко М.А. Языковая игра // Новейший философский словарь. – Минск, 1999. – С. 1007–1008.

<sup>3</sup> Коновалова Ю.О. Языковая игра в современной русской разговорной речи. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2008. – С. 13.

<sup>4</sup> Хёйзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня. – М.: Прогресс; Прогресс-Академия, 1992.

<sup>5</sup> Берна Э. Игры, в которые играют люди. Люди которые играют в игры. – СПб.: Братство, 1992.

устанавливающую: игровые приёмы, использованные как стилистически маркированные обороты, могут добавить оригинальности речи, а употреблённые уместно и точно могут позволить установить более близкий и неформальный контакт с собеседником.

Таким образом, явление языковой игры должно быть охарактеризовано как весьма многоплановое, поскольку данный феномен обладает игровой, речевой и языковой природой.

Речевая природа языковой игры обуславливается следующими факторами, отмеченными в исследованиях Н.В. Лазовской:

1) языковая игра представляет собой форму деканонизированного речевого поведения коммуникантов, которая реализует прагматические задачи речевого взаимодействия с обязательной установкой на творческий компонент, что выражается в креативном использовании языковых единиц и появлении на основе этого новых речевых комбинаций языковых средств;

2) возможность достижения желаемого результата от использования приёмов языковой игры зачастую зависит от характера речевой ситуации, поскольку языковая игра предполагает отличные от общепринятой нормы средства выражения определённого значения или обнаруживает новый смысл, сохраняя при этом старую форму;

3) результат от употребления приёмов языковой игры можно считать достигнутым только в том случае, когда это явление осознаётся собеседником;

4) возможность новой интерпретации старой языковой формы определяется различными приёмами лексической актуализации, которые обнаруживаются в процессе речевого употребления языковых единиц;

5) зачастую приём языковой игры основан на воспроизведении каких-либо речевых аномалий<sup>1</sup>.

Кроме речевой природы, языковая игра характеризуется и как явление языкового характера, в связи с чем, как представляется, в лингвистическом научном обиходе и устоялся термин **языковая**, а не **речевая игра**. Этот факт может быть объяснён следующими причинами:

---

<sup>1</sup> Лазовская Н.В. Языковая игра в рекламном дискурсе: автореф. дис.... канд. филол. наук. – Саратов, 2007.

1) языковая игра представляет собой не только и не столько эффект от использования её приёмов, сколько понимание возможностей творческого использования языковых средств. Другими словами, феномен языковой игры – это осознание потенциала трансформации языкового знака, который определяется возможностями самой языковой системы;

2) осознание эффекта от использования приёмов языковой игры обуславливается знанием языковой системы и нормы, поскольку именно на фоне нормативного словоупотребления может осознаваться характер отклонений в фактах языковой игры<sup>1</sup>. Для интерпретации сообщения, в котором содержатся элементы языковой игры, собеседник должен обладать определённым кодом, который и включает знание языковой системы и механизмов функционирования языковых единиц;

3) эффект использования языковой игры определяется не столько условиями речевой ситуации (речевого контекста), сколько характером системного контекста языковых средств (возможностей их использования) и осознанием языковых механизмов в сознании говорящего, а также способностью к сознательному нарушению данного механизма.

Языковая игра, таким образом, представляет собой явление, которое характеризуется двунаправленностью по отношению к речи и языку и предполагает такое владение языком, при котором не только «усвоены и воспроизводятся модели стандартного употребления, но осознаны способы творческого его использования»<sup>2</sup>.

Языковая игра в структуре языкового портрета современного финансиста во многом реализуется в рекламном тексте, а также в газетных и книжных заголовках, поскольку они призваны привлекать внимание потребителей. При этом языковая игра может реализовываться практически на всех уровнях языковой структуры (фонетическом, графическом, лексическом, морфологическом, синтаксическом):

**1. Фонетические приёмы** языковой игры чаще всего реализуются в различных звуковых повторах; ср., напр., «*Выиграй тур в Турцию!*», «*Ремонт горит? Иди в «Колорит»!*» и др.

---

<sup>1</sup> Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987.

<sup>2</sup> Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург, 1996. – С. 9.

2. Различные **графические искажения** слов дают возможность интерпретировать одну и ту же фразу в двух (реже более) смыслах.

Одним из наиболее распространённых приёмов является *шрифтовыведение*, использование которого может осуществляться различными способами и применяться как в одном слове, так и в пределах словосочетания, предложения или всего текста. При этом шрифтовыведение может сопровождаться нарушением орфографических или пунктуационных правил (ср., напр.: *приСОСЕДней-тесь*).

Приём шрифтовыведения может позволить достичь следующих результатов от использования языковой игры посредством графического искажения:

- обыгрывание различных значений языковой единицы; ср., слоган *Встречай зиму сМЕХОМ!*;

- извлечение дополнительного смысла из слова; ср., напр., название сухариков *ХрусТеат*, в котором часть глагола *хрустим* осмыслена и графически оформлена как английское слово *team* («команда»);

- акцентировать внимание на каком-то определённом слове; ср., напр.: *цены сНИЖЕны*.

Среди сегментов текста, которые чаще всего подвергаются графическому выделению, обычно выступают:

- 1) название компании-производителя, которая представляет рекламируемый товар или услугу; ср., напр.: *Ну, замороЗИЛ* (реклама холодильников ЗИЛ);

- 2) название рекламируемого товара или услуги; ср., напр.: *ЦЕНТР наПОЛЬных покрытий*.

3. **Лексические приёмы** могут включать в себя различные средства экспрессивности.

Лексические приёмы реализации языковой игры привлекают внимание адресатов, делая интерпретацию рекламного сообщения более лёгкой, что позволяет преодолеть обыденность и стандартность текста, сделать его более интригующим и оригинальным.

Особым приёмом в контексте создания языковой игры выступает **многозначность**, которая позволяет достичь главного эффекта, которого ждут от рекламного текста: в нём должно быть передано максимальное количество информации минимальным количеством языковых средств.

Многозначность слова является важнейшим фактором создания каламбуров. Особенно часто используются переносные значения слов (рисунок 5.1).



Рисунок 5.1 – Наружная реклама с использованием языковой игры

Многозначность слова или фразы в рекламном тексте, а следовательно, привлечение к нему внимания может осуществляться также за счёт обращения к различным историческим, литературным и культурным фактам: историческим событиям, музыкальным произведениям, художественным фильмам, живописи, поэзии, фразеологии. Так, сравним, к примеру, заголовки научно-популярных книг, посвящённых проблемам экономики: «Пятнадцатый камень сада рёандзи. Япония как мировая научно-исследовательская лаборатория: социальный менеджмент и общественное устройство»<sup>1</sup>; «Экономист на диване: Экономическая наука и повседневная жизнь»<sup>2</sup> и др.

**3. Морфологические приёмы**, среди которых особо выделяется создание окказиональных прилагательных и окказиональных

<sup>1</sup> Цветов В.Я. Пятнадцатый камень сада рёандзи. Япония как мировая научно-исследовательская лаборатория: социальный менеджмент и общественное устройство. – М.: Политиздат, 1991.

<sup>2</sup> Ландсбург С. Экономист на диване: экономическая наука и повседневная жизнь. – М.: Издательство Института Гайдара, 2012.

степеней сравнения, т.е. таких слов, которые создаются по существующим в языке продуктивным или непродуктивным словообразовательным моделям и используются только в данном контексте в качестве приёма языковой игры; ср., напр., *Новый Herbal Essences – прямой путь к замечательным волосам; «Fairy»! Лимоннее лимонов! Яблочнее яблок! Ягоднее ягод!*

Продуктивным способом создания фактов языковой игры является использование конкретных грамматических форм и личных местоимений. Так, например, употребление формы первого лица множественного числа глагола или использование местоимения *мы* может создавать у человека, воспринимающего текст, ощущение вовлечённости, задействованности, сопричастности описываемому процессу; ср., напр., *Мы сработаемся!* (реклама банка); *Построим дом!*

4. Приёмы языковой игры на **синтаксическом уровне** связаны с использованием определённых синтаксических конструкций, которые в большей степени соответствуют коммуникативным задачам.

Зачастую целью речевого взаимодействия финансиста является не просто информирование собеседника о чём-либо, но и влияние на его дальнейшие действия. Особенно ярко эта тенденция проявляется в таком феномене экономики, как реклама. Остановить свой выбор на рекламируемом товаре или услуге – такова главная цель создателя рекламных текстов. На синтаксическом уровне эта цель достигается использованием побудительных предложений; ср., напр., *Включите свет!* (реклама электрооборудования), *Говори свободно* (реклама оператора сотовой связи), *Загляни!* (реклама магазина сотовой связи), *Переходи на ноль* (реклама оператора сотовой связи), *Смотри и учись!* (реклама оператора сотовой связи) и др.

Активно используемым синтаксическим приёмом установления контакта с потенциальным потребителем рекламы является вопросно-ответная форма построения текста. Реализация этого приёма осуществляется следующим образом: задаётся вопрос и сразу же формулируется ответ на него, при этом адресат рекламного текста может поддаться иллюзии, что его проблемы могут быть решены кем-то другим за него, создаётся впечатление, что кто-то может облегчить груз принятия непростого решения, ср., напр.: *Решил построить Дом? Позвони в ДомоДом!; Не веришь? Звони!* (реклама такси) и др.

Ни для кого не секрет, что реклама на современном этапе развития средств массовой коммуникации становится частью культуры: многомиллионная аудитория потенциальных потребителей товаров и услуг является объектом воздействия рекламных текстов, при этом реклама может влиять на отношение людей к окружающей действительности. Более того, использование единиц языка в рекламном тексте может воздействовать и на сам язык. Будучи весьма агрессивным средством коммуникации, порой реклама начинает навязывать не всегда нормативные варианты произношения, словоупотребления, влияет на активные тенденции в использовании принципов построения текста. Много раз повторённый рекламный текст многократно повторяется и в сознании потребителей, тем самым фиксируясь в их памяти на длительный период времени.

В связи с этим недопустимыми в структуре языкового портрета современного финансиста, в том числе и в сфере рекламы, являются следующие элементы:

1. Некорректное использование языковой игры, с помощью чего создаются двусмысленные тексты, где подтекстом служит неприличный намек; ср., напр., рекламный текст на рисунке 5.2.



Рисунок 5.2 – Наружная реклама с использованием языковой игры

2. Неоправданное контекстом и характером речевой ситуации, а порой и просто чрезмерное употребление жаргонизмов.

3. Использование в рекламном тексте слов, которые образованы по созвучию или аналогии с единицами, относящимися к неформальной лексике.

4. Нарушение этических норм речевого взаимодействия, связанное в том числе и с употреблением неприличной лексики.

Не случайно регулирование языкового оформления рекламы осуществлено в Федеральном законе от 1 июня 2005 г. № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», в котором подчёркнуто, что именно русский литературный язык должен использоваться в сферах публичного общения, из которых девятым пунктом отмечены средства массовой информации, а десятым указана реклама<sup>1</sup>.

Кроме того, Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) определяет особенности использования русского языка в рекламных текстах. Так, согласно ст. 5 (ч. 5, 6, 11), касающейся общих требований к рекламе, в рекламе не допускается «1) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации; <...>».

6. В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включённых в Список всемирного наследия. <...>

11. При производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодатель-

---

<sup>1</sup> О государственном языке Российской Федерации: Федеральный закон от 01.06.2005 № 53-ФЗ (ред. от 05.05.2014). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_53749/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53749/) (дата обращения: 23.09.2016).



ства, законодательства о государственном языке Российской Федерации»<sup>1</sup>.

## **ВЫВОДЫ**

Таким образом, проанализировав особенности речевого поведения современного финансиста, мы приходим к следующим выводам.

1. Речевое поведение считается одной из фундаментальных категорий научного исследования, которая подвергалась анализу в работах многих специалистов и является объектом изучения различных гуманитарных дисциплин.

2. Вслед за А.Е. Супруном, под **речевым поведением** мы понимаем совокупность взаимоотношений, которые возникают в процессе развёртывания коммуникативного акта, т.е. информацию вербального и невербального характера, паралингвистические факторы, а также время и место речевого общения, обстановку, в которой оно протекает.

3. При анализе языкового поведения в центре внимания исследователей оказываются речевые этикетные формулы и ситуации, в которых они могут использоваться, а также принятые в определённых речевых контекстах темы и приоритеты общения различных коммуникативных групп.

4. Особое место в структуре языкового портрета современного финансиста занимают **речевые клише**, под которыми в лингвистической научной литературе понимается речевой оборот, шаблонная фраза, речевой штамп, легко воспроизводимые в определённых условиях и контекстах.

5. Противоположным речевой клишированности можно назвать явление **языковой игры**, т.е. сознательное нарушение норм языка, правил коммуникативного взаимодействия, а также трансформация речевых клише с целью придания речи большей экспрессивности. Главным образом явление языковой игры характерно для таких аспектов финансовой сферы, главным в которых выступает эффект привлечения внимания (реклама, заголовки).

---

<sup>1</sup> О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/) (дата обращения: 23.09.2016).

## → КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Какое толкование приобретает термин *речевое поведение* в работах представителей различных научных направлений?

2. Как соотносятся такие понятия, как *речевое поведение* и *коммуникативное поведение*, *языковое поведение*, *словесное поведение*, *вербальное поведение*?

3. Перечислите основные вопросы, представляющие особый интерес для учёных, анализирующих феномен речевого поведения в современной науке.

4. Что такое *речевое клише*?

5. Чем *речевое клише* отличается от *речевого штампа*?

6. Какие функции выполняет *речевое клише*?

7. Что такое *языковая игра*?

8. Как в языке финансистов может проявляться языковая игра?

## → ЗАДАНИЯ

1. Прочитайте любое интервью Министра финансов РФ, представителя органов власти вашего субъекта РФ или муниципального образования, руководителя крупной финансовой структуры. Как вы можете его охарактеризовать? Проанализируйте это выступление на предмет использования речевых клише и приёмов языковой игры.

2. Изучите заголовки научно-популярных изданий, посвящённых проблемам экономики, вышедших за последний год. Встречаются ли там примеры языковой игры? На чём они построены?

3. Изучите наружную рекламу в своём городе. Какой приём чаще всего используется при рекламе банковских и финансовых структур?

## → ТЕСТЫ

1. Какой из перечисленных ниже вопросов не входит в круг интересов исследователей, анализирующих феномен речевого поведения в современной науке:

а) коммуникативная сущность речевого поведения;

б) субстанциональные характеристики и составляющие переменные этой категории;

- в) соотношение языка и речи;
- г) характер применения различных коммуникативных тактик и стратегий в процессе речевого поведения.

2. Что из перечисленного определяется как совокупность реализуемых в коммуникации правил и традиций общения той или иной лингвокультурной общности (по И.А. Стернину):

- а) речевое поведение;
- б) коммуникативное поведение;
- в) невербальное поведение;
- г) социальное поведение.

3. Что из перечисленного не относят к элементам речевого поведения (по В.В. Соколовой):

- а) речевые этикетные формулы и ситуации их употребления;
- б) принятые в определённых ситуациях темы общения;
- в) приоритеты общения различных коммуникативных групп;
- г) лексико-грамматический запас говорящего.

4. Что из перечисленного не является разновидностью речевых штампов:

- а) универсальные слова;
- б) парные слова, или слова-спутники;
- в) паронимы;
- г) образные или «модные» слова и выражения.

5. Распределите следующие примеры речевых клише по группам в соответствии с таблицей: *авансированный капитал, альтернативные издержки, базисная цена, бюджетные ассигнования, бюджетный год закрыт, в соответствии с требованием, венчурное производство, внутренний рынок, дебет и кредит сведены, макроэкономические показатели, на основании изложенного, принимать меры, проводить кампанию, проект профинансирован, с соблюдением требований, с участием.*

Устойчивые предикативные единицы	Синтаксические глагольно-именные конструкции	Лексические речевые клише
...	...	...

6. Кто впервые употребил в научной литературе термин **языковая игра**?

- а) Л. Витгенштейн;
- б) В. фон Гумбольдт;
- в) Э. Берн;
- г) Ю.Н. Караулов.

7. На каком уровне языка реализуется языковая игра в следующем элементе наружной рекламы?



- а) фонетический;
- б) лексический;
- в) морфологический;
- г) синтаксический.

---

## Глава 6

# ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА

### 6.1. Характеристика речевой ситуации общения современного финансиста

Понятие *речевая ситуация* является базовым для лингвопрагматики – науки, которая изучает особенности использования человеком языка для воздействия на адресата (воспринимающего речь), а также специфику его поведения в процессе речевого общения.

Как известно, речевое сообщение не передаётся напрямую от говорящего к слушающему. Этот непростой коммуникативный процесс всегда протекает в какой-то обстановке, при каких-то условиях, в каком-то психоэмоциональном состоянии самих собеседников. Все эти факторы, несомненно, влияют на специфику речи и особенности речевого поведения человека. Совокупность этих факторов получила в науке наименование ***речевая ситуация***. Под *речевой ситуацией* понимается фрагмент действительности, который составляет «контекст высказывания, порождённого в речевом акте»<sup>1</sup>.

Основными компонентами речевой ситуации являются внешние и внутренние условия общения, участники общения, а также их отношения в процессе данного общения.

М.В. Колтунова предлагает следующую схему речевой ситуации, которая в качестве основных элементов включает обстановку, адресата и цель общения (рисунок 6.1)<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Падучева Е.В. Речевая ситуация // Русский язык: Энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 480.

<sup>2</sup> Колтунова М.В. Язык и деловое общение. Нормы. Риторика. Этикет: учебное пособие для студентов вузов. – М.: Экономика, 2000. – URL: <http://www.bibliotekar.ru/delovoe-obschenie/index.htm>.

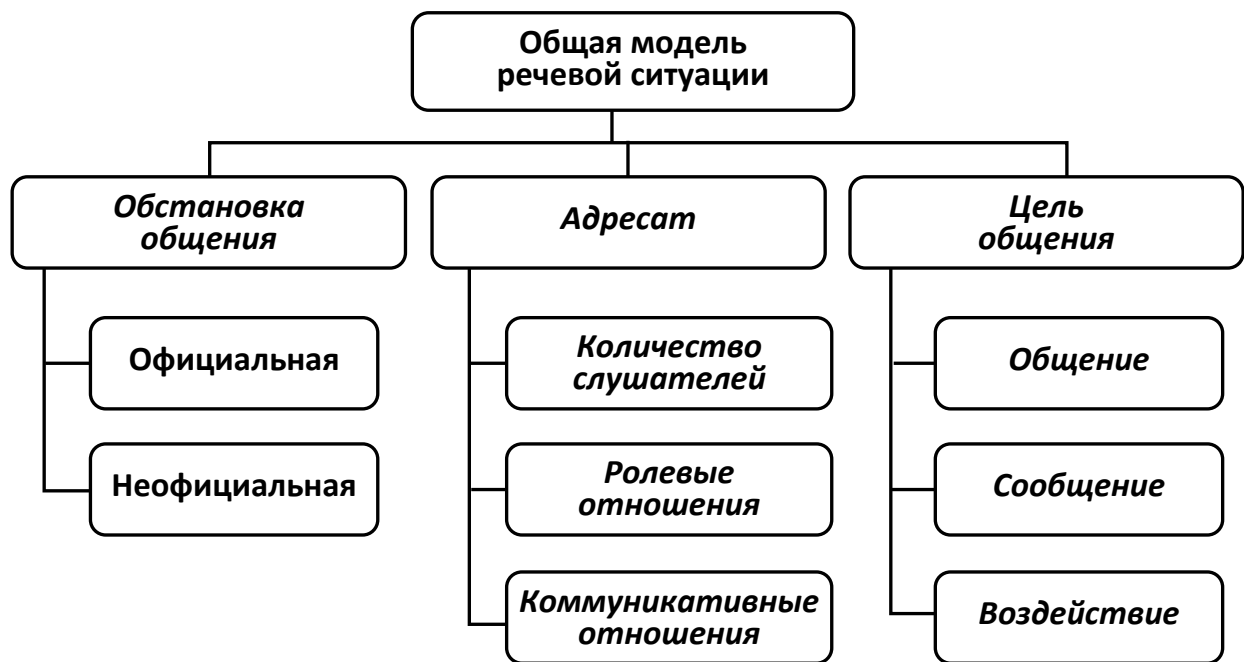


Рисунок 6.1 – Общая модель речевой ситуации (по М.В. Колтуновой)

Кроме обозначенных в приведённой схеме основных элементов речевой ситуации, которые влияют на специфику деловой речи, а также характер протекания речевого взаимодействия, следует отметить и такие моменты, как степень удалённости собеседников друг от друга, степень знакомства коммуникантов, наличие третьих лиц в ходе коммуникативного акта и ряд других. Отметим при этом, что последние факторы влияют на характер речевой коммуникации финансиста не в той же степени, что основные факторы.

Рассмотрим основные элементы, которые включает речевая ситуация коммуникативного взаимодействия современного финансиста более подробно.

### **Обстановка общения**

Так или иначе любое наше взаимодействие с другими людьми протекает в двух основных сферах: официальной и неофициальной. Специфика каждой из этих сфер определяет характер нашего общения с собеседником.

**I. Официальная обстановка** характеризуется следующими признаками:

1. Официальная обстановка на первый план выдвигает деловое общение, что определяется в первую очередь тем, что в данном

случае в коммуникативном акте принимают участие конкретные люди, которые не только представляют интерес какой-либо организации или предприятия, но и выступают от её лица в процессе деловых переговоров, на различного рода встречах и форумах.

2. В большинстве случаев деловое общение протекает в замкнутом пространстве, т.е. в служебном помещении: приёмной директора, офисе, конференц-зале, зале заседаний и т.д.

3. Деловое общение может осуществляться не только между представителями разных организаций, т.е. быть межкорпоративным, но и внутри коллектива, соответственно, быть внутрикпоративным (к примеру, планёрка у руководителя, совещание совета руководителей, общее собрание трудового коллектива и т.д.).

4. Официальное взаимодействие предполагает соблюдение собеседниками определённых норм речевого этикета, куда входят следующие элементы:

- строгое соблюдение так называемой этикетной рамки коммуникации, которая включает формулы приветствия и прощания;
- обязательное двустороннее использование Вы-обращения, причём это касается взаимодействия с собеседником любого возраста и социального статуса;
- постоянное применение стандартных этикетных формул вежливости, например: «будьте добры», «будьте любезны», «если это Вас не затруднит», «разрешите мне», «с Вашего разрешения» и т.п.

5. Официальная обстановка предполагает определённые требования к лексическому составу речи современного финансиста, которая не должна включать просторечные слова, диалектизмы, жаргонизмы, сленговые и бранные слова; ср., напр., *неучтёнка*, *корпоратив*, *междусобойчик* и др.

6. Официальная обстановка предъявляет требования, касающиеся произношения слова: в ходе делового общения следует придерживаться литературного типа произношения, при этом неуместным считается небрежное фонетическое оформление речи, а также невнятное бормотание слов; ср., напр.: [*здраствуйт'э*] вместо [*здрас'т'э*], [*кагда*] вместо [*када*] и пр.

7. Строгое официальное взаимодействие предполагает преобладание сдержанного и спокойного тона речи, менее официальное общение допускает доброжелательный и приветливый тон.

**II. Неофициальная обстановка** общения характерна для взаимодействия вне профессиональных компетенций человека (дом, друзья, хобби), однако для некоторых форм деловой коммуникации неофициальная обстановка тоже характерна. Мы остановимся именно на втором случае, не включая в рассмотрение личное общение человека. В неофициальной атмосфере могут проходить деловые встречи на так называемой «нейтральной» территории (вне стен офиса, например, в кафе или ресторане), презентации, торжественные части корпоративных праздников. Именно неофициальная обстановка характеризует повседневное общение работников в трудовом коллективе. Подобная обстановка даёт собеседникам возможность почувствовать себя более свободным в выборе средств общения. Иными словами, правила речевого взаимодействия становятся менее жёсткими, однако и они не могут игнорироваться, а просто соответствуют нормам общения в повседневной жизни:

- используются этикетная рамка приветствия и прощания, словарный состав которой, впрочем, может быть более или менее свободным;
- ты- или Вы-обращение избирается в зависимости от возраста и социального статуса собеседника, а также степени знакомства с ним;
- применение стандартных формул речевого этикета обычно сводится к минимуму.

Бóльшая свобода в выборе лексического состава речи в неофициальной обстановке не исключает при этом нежелательности использования просторечных, диалектных, жаргонных и тем более бранных слов, которые должны быть исключены и в официальном общении. В целом те же требования предъявляются и к произносительным нормам, что в первую очередь обусловлено необходимостью налаживания полного контакта с собеседника, чему могут мешать нарушения фонетических и орфоэпических правил.

Отметим, что определяющим фактором в процессе организации делового взаимодействия в официально обстановке может считаться степень знакомства. Так, разговор с незнакомым или малознакомым человеком предполагает поведение в соответствии с требованиями, которое накладывает официальное общение. Кроме того, присутствие при разговоре третьего лица (партнёра, посети-



теля, клиента) требует от участников коммуникативного акта переключения на правила официального общения.

Исключением из правил выбора официальной или неофициальной формы делового общения является коммуникативное взаимодействие муниципальных служащих любого ранга, а также работников министерств и ведомств. Для специалистов перечисленных категорий официальная обстановка делового общения является единственно возможной формой коммуникации.

### ***Адресат***

Фактор адресата представляется не менее важным в ходе делового взаимодействия, чем обстановка общения. ***Адресатом*** называют человека, к которому обращено (адресовано) сообщение. При этом от характера коммуникативных отношений, которые возникают между адресатом, и тем, кто говорит или пишет (***адресант***), будет зависеть в конечном счёте специфика выбора коммуникативной стратегии и тактик, а также выбора конкретных речевых средств.

Сферы профессионального общения современного финансиста предполагают существование различных социальных ролей, которые обуславливаются следующими факторами:

- отношениями организации (фирмы) с другими компаниями (внешние связи);
- административной деятельностью (внутренние связи);
- коммерческими отношениями.

На основе данных факторов возникают различные направления отношений современного финансиста, которые можно охарактеризовать следующими схемами: *партнёр – партнёр, руководитель – подчинённый, производитель – потребитель*. Вступая в каждый из этих типов отношений, финансист должен сформулировать для себя основные принципы, на которых будет строиться коммуникативное взаимодействие в данной речевой ситуации, и в соответствии с этим избрать какую-либо коммуникативную стратегию и соответствующие ей речевые тактики (более подробно о стратегиях речевого поведения см. параграф 9.1.).

Подобные целевые установки формулируются исходя из того, какой принцип общения избирается в качестве ведущего в той или иной сфере взаимодействия современного финансиста. В настоящее время в отношениях типа *партнёр – партнёр* приоритетным

считается **принцип консенсуса**, предполагающий принятие решения на основе общего согласия; в отношениях между *руководителем и подчинённым* главным является **принцип равенства**, проявляющийся в равных возможностях профессиональной реализации; в отношениях *производитель – потребитель* на первый план выходит **принцип отзывчивости**, когда важнейшим моментом становится обратная связь клиента. Иными словами, современный финансист должен уметь наладить эффективное взаимодействие с поставщиками и партнёрами, быть вежливым с коллегами, быть убедительным в переговорах с клиентами.

Отметим при этом, что многообразие конкретных ситуаций общения в процессе делового взаимодействия предполагает умение дифференцировать использование различных речевых средств в зависимости от контекста. Важнейшими критериями при выборе средств общения является специфика социального статуса и социальной роли адресата.

1. Обозначение социального статуса адресата в ходе делового взаимодействия может осуществляться при помощи вербальных (слов) и невербальных средств (интонация). При этом показателем социального статуса обычно является служебное, общественное и материальное положение, а также определённые заслуги перед общественностью. Следует подчеркнуть, что в соответствии с русской традицией, в процессе делового взаимодействия не акцентируется внимание на половых различиях, иными словами, при равном социальном статусе женщина обладает теми же характеристиками, что и мужчина.

2. Социальный статус и социальная роль участников делового общения могут не совпадать. Так, например, сейчас, в эпоху рыночных отношений в качестве партнёров нередко могут выступать находящиеся в иерархических отношениях компании, например, дочерняя и материнская фирмы.

Социальная роль участника официального взаимодействия зачастую обуславливает специфику коммуникативного ожидания собеседника, которую необходимо учитывать. Так, в ходе делового общения подчинённый ожидает от руководителя уважения, вежливости, корректности, иногда покровительства, а порой и заботливости. Агрессивная речевая настроенность, желание отнести ошибки руководства на счёт подчинённого являются грубым нарушением

норм коммуникативного взаимодействия любого профессионала, в том числе и финансиста. Однако следует признать, что подобные симптомы невладения спецификой социальной роли руководителя, к сожалению, ещё не изжиты до настоящего времени и встречаются в современной российской деловой среде.

Общение с подчинённым, как говорится, «на равных» является необходимым условием для создания сплочённого коллектива, который способен выживать и эффективно работать в жёстких условиях рыночной конкуренции.

Вполне очевидно, что один и тот же человек может играть различные социальные роли в сфере официального взаимодействия: в одном направлении коммуникации он может быть руководителем, в другом – подчинённым, партнёром, клиентом и т.д. При этом социальные роли следует отличать от коммуникативных: один и тот же человек в процессе делового общения может выступать не только адресатом, но и адресантом или наблюдателем (более подробно о коммуникативных ролях современного финансиста см. в параграфе 7.1).

**Адресант** является инициатором разговора, он говорит или пишет адресату, т.е. предстаёт активным коммуникантом. Безусловно, адресант является тактически более выигрышной ролью, поскольку именно адресант задаёт тему, тон и темп процессу речевого взаимодействия. Данный факт должен учитываться современным финансистом в ходе коммуникативного общения, ведь недаром в профессиональном сообществе так высоко ценится речевая активность финансистов, умение регулировать характер и временные рамки беседы и направлять её в нужное русло.

Именно адресант как инициатор общения обладает негласными правами «режиссера» коммуникативного акта: он его начинает и, как правило, завершает. Однако это вовсе не означает, что позиция адресата является пассивной в ходе общения. Деловое взаимодействие предполагает не только большое внимание к тому, что говорится, но и осуществление в процессе восприятия сообщаемого целого ряда обязательных речемыслительных операций, к которым относятся следующие:

- 1) контроль объёма сообщаемого;
- 2) контроль понимания;
- 3) резюмирование;

- 4) дефинирование;
- 5) корректировка позиций<sup>1</sup>.

Эти речемыслительные операции вербализируются (т.е. передаются с помощью языковых средств) посредством ряда реактивных реплик, таких как – *Так*; – *Да-да*; – *Разумеется*; – *Безусловно*; – *Правильно ли я вас понял, что...;* – *Иными словами, вы имеете в виду...* и т.п.

Подобные реактивные реплики призваны не только обозначить факт понимания собеседниками друг друга: с их помощью тот, кто считался адресатом в диалоге, имеет возможность перехватить речевую инициативу и изменить свою коммуникативную роль с адресата на адресанта.

Активным участником делового общения может стать и наблюдатель, который может даже не участвовать в диалоге, но способен активно влиять на его ход. Так, присутствие в кабинете, например, клиента фирмы предполагает, что внутрикорпоративные вопросы, если они появляются, должны решаться без лишней детализации и достаточно быстро.

Итак, можно сделать вывод о том, что в деловом общении невозможно существование пассивных участников коммуникативного процесса. Даже слушание, как утверждают психолингвисты, является процессом порой более интеллектуально интенсивным, чем говорение. Поэтому, например, в расписаниях университетских лекций всегда предусматриваются перерывы, более того, опытный лектор знает приёмы диалогизации речи или способы так называемой «разрядки», которые позволяют не потерять коммуникативный контакт со слушателями.

В ходе анализа специфики коммуникативных отношений в процессе речевого взаимодействия нельзя не учитывать важность личностно-субъективного фактора в общении. Взаимодействуя с собеседником, коммуникант транслирует не только объективную информацию, заложенную в его сообщении вербально, но и своё отношение к ней и собеседнику, которое может выражаться невербальными средствами. Причём не всегда выраженное словами, но ощущаемое имплицитно, отношение к адресату во многом опреде-

---

<sup>1</sup> Колтунова М.В. Язык и деловое общение. Нормы. Риторика. Этикет: учебное пособие для студентов вузов. – М.: Экономика, 2000. – URL: [http://www.bibliotekar.ru/delovoe\\_obschenie/index.htm](http://www.bibliotekar.ru/delovoe_obschenie/index.htm) (дата обращения: 23.09.2016).

ляет реакцию собеседника на то или иное сообщение. В этой связи экономической стратегией в современном бизнесе становится огромный спрос на приятных в общении коммуникабельных современных финансистов.

### **Цель общения**

Фактор **цели** в деловом общении определяет характер взаимодействия адресанта и адресата в едином коммуникативном процессе. Как и во всей деловой сфере, цели в процессе коммуникативного взаимодействия могут быть **срочными**, реализующимися в конкретном речевом акте, и **перспективными**, предполагающими дальнейшее долгосрочное сотрудничество.

К основным видам целей в деловом общении в сфере бизнеса, финансов и управления относятся следующие:

#### **1. Поддержание определённого уровня деловых контактов.**

Конструктивные деловые отношения можно выстроить исключительно на основе положительных форм эмоционального взаимодействия, к которым относятся уважение, доверие, доброжелательность, сочувствие и ряд др. С этой целью для поддержания деловых контактов рассылаются благодарственные письма, поздравления, приглашения на торжества, соболезнования и т.п.

2. Рассылка информационных писем, каталогов, прайс-листов, отчётов, образцов товаров, а также звонки способствуют реализации такого типа целей, как **информирование адресата о положении дел** в компании, о возможностях дальнейшего сотрудничества, об условиях потенциальной сделки и т.д.

3. Приказы, распоряжения, правила, требования, инструкции, просьбы, осуществляемые как в устной, так и в письменной форме, призваны реализовывать цель **воздействия на адресата и побуждения его** к совершению того или иного действия.

Возможны ситуации, когда перечисленные цели сочетаются в пределах одного коммуникативного акта, к примеру, письмо-просьба может начинаться с информирования о положении дел.

Безусловно, разнообразие фактов окружающей действительности обуславливает существование бесконечного множества конкретных речевых ситуаций. Однако знание типичных особенностей тех или иных групп этих ситуаций даёт возможность легко ориентироваться в каждой из них и выбирать речевые средства, соотносимые с конкретной коммуникативной целью.

Специфика речевых ситуаций в сфере делового взаимодействия современного финансиста реализуется в особенностях жанров устной речи (деловая беседа, деловой разговор, деловые переговоры, совещание, презентация, телефонные сообщения и т.п.) и письменной речи (деловое письмо, лицензия, правила, переписка по электронной почте и т.п.), в каждом из которых существуют свои особенности использования языковых средств.

## **6.2. Эффективность речевого взаимодействия как фактор успешности финансиста**

Под *эффективной речевой коммуникацией* специалисты понимают такой коммуникативный процесс, в ходе которого удалось достигнуть адекватного восприятия и интерпретации смысла сообщаемого. Речевая коммуникация может быть признана эффективной, если адресат (слушающий или читающий сообщение) трактует главную идею передаваемого сообщения в соответствии с замыслом адресанта (говорящего или пишущего). Так, если адресат понял, с какой целью был воспроизведён данный текст, что именно хотел сказать адресант с помощью всех средств языка, использованных им, можно говорить о том, что сообщение воспринято и интерпретировано адекватно. При этом неадекватное восприятие и интерпретация сообщения, будь то устного или письменного, может повлечь за собой серьёзные ошибки в процессе анализа информации, необходимой для принятия какого-либо решения, что может стать причиной возникновения нежелательных конфликтных ситуаций.

По мнению ряда специалистов в сфере деловых коммуникаций, характер речевого взаимодействия во многом обуславливается не столько языковыми (выбранными для сообщения средствами языка), сколько внеязыковыми факторами (отношение к сообщаемому и адресату, которое зачастую передаётся невербально) и формирует внеязыковые (экстралингвистические) сущности: знания, эмоции, отношения, состояния, убеждения, действия и т.д. В этой связи эффективность речевого общения не всегда определяется тем, какие языковые формы избрал говорящий или пишущий для донесения сообщения до слушающего или читающего. Возникает справедливый вопрос: какие именно интралингвистические факторы, способствующие эффективному обмену информацией и достиже-

нию поставленной коммуникативной цели, необходимо учитывать в процессе осуществления речевой коммуникации? К подобным условиям специалисты относят следующие:

- умение слушателя проникнуть в замысел (намерение, интенцию) говорящего;
- способность говорящего варьировать способ языкового представления того или иного реального события;
- настроенность на мир собеседника, близость мировоззрения говорящего и слушающего;
- потребность в общении, коммуникативную заинтересованность;
- знание норм этикетного речевого общения;
- внешние обстоятельства (присутствие посторонних, физическое состояние) и др.<sup>1</sup>

Важнейшим моментом в налаживании эффективного речевого взаимодействия является создание позитивного коммуникационного климата, который помогает установлению контакта и налаживанию взаимоотношений в процессе общения. Как утверждают многие специалисты, именно благоприятная атмосфера общения способствует увеличению количества передаваемой информации, уровня точности сообщаемого и открытости между коммуникантами. Достижение именно этой цели призваны обеспечить принципы эффективной деловой коммуникации, которые были выработаны на основе теоретического осмысления и практического анализа процесса речевого взаимодействия людей. К числу этих принципов относятся принцип кооперации, принцип вежливости, принцип равной безопасности, принцип децентрической направленности, а также принцип адекватности. Остановимся на каждом из этих принципов более подробно.

**1. Принцип кооперации** был сформулирован в трудах англо-американского философа и лингвиста Г.П. Грайса, который в работе «Логика и речевое общение» утверждал, что в основе коммуникативного взаимодействия должна лежать готовность участников речевого общения действовать в соответствии с принятым направлением разговора и совместной выработанной целью. Сам Г.П. Грайс определяет этот принцип следующей формулой: «Твой

---

<sup>1</sup> Граудина Л.К., Ширяев Е.Н. Культура русской речи: учебник для вузов. – М., 1999. – С. 68.

коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога»<sup>1</sup>. Иными словами, принцип кооперации можно охарактеризовать как готовность партнёров к сотрудничеству.

Принцип кооперации обуславливает существование определённых правил речевого взаимодействия. Вслед за немецким философом И. Кантом, автор формулирует их в виде четырёх категорий:

1) **категория количества**, которая предполагает следование двум постулатам: «Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется (для выполнения текущих целей диалога)»; «Твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется»<sup>2</sup>. Анализируя специфику данной категории грайсовского принципа кооперации, мы можем отметить, что недостаточно полная информация, передаваемая в ходе речевого сообщения может повлечь за собой затруднение в достижении текущих целей коммуникации, в то время как излишняя информация порой может вводить адресата в заблуждение и вызывать ряд соображений и вопросов, которые не относятся напрямую к предмету разговора, поскольку собеседник может сделать ошибочный вывод о наличии какого-либо особого смысла в данной излишней информации;

2) **категория качества** формулируется следующими постулатами: «Старайся, чтобы твое высказывание было истинным», «Не говори того, что ты считаешь ложным», «Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований»<sup>3</sup>;

3) **категория отношения** связана с релевантностью, т.е. соответствием высказывания предмету разговора, и формулируется следующим постулатом: «Не отклоняйся от темы»<sup>4</sup>;

4) **категория способа** в первую очередь относится не к тому, что говорится, а к тому, как говорится, и характеризуется общим постулатом «Выражайся ясно», конкретизирующимся в нескольких частных: «Избегай непонятных выражений»; «Избегай неод-

---

<sup>1</sup> Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика: сборник: пер. с разн. яз. / сост. и вступ. ст. Н.Д. Арутюновой и Е.В. Падучевой; общ. ред. Е.В. Падучевой. – М.: Прогресс, 1985. – С. 222.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Там же. С. 222–223.

<sup>4</sup> Там же. С. 223.



нозначности»; «Будь краток (избегай ненужного многословия)»; «Будь организован»<sup>1</sup>.

Следует отметить, что реальное коммуникативное взаимодействие не всегда и зачастую не в полной мере соответствует этим частным правилам, сформулированным Г.П. Грайсом: собеседники иногда бывают излишне многословны; порой отклоняются от заданного направления беседы, отступают от темы; не всегда нацелены на то, чтобы говорить то, что они думают; характеризуются весьма неясной и отрывочной речью. Однако подчеркнём, что если при этом не нарушается базовый принцип кооперации в плане совместных усилий в достижении поставленной цели коммуникации, речевое общение в большинстве случаев может продолжаться и, более того, достигается определённый уровень взаимопонимания.

**2. Принцип вежливости** описал в своих работах английский лингвист Дж.Н. Лич, определивший его рядом правил, которые он называл максимами<sup>2</sup>:

1) **максима такта**, предполагающая определённую дистанцию между участниками общения и определяющая правило, согласно которому не рекомендуется касаться тем, которые могут быть потенциально неприятны или даже опасны для собеседника (индивидуальные предпочтения, частная жизнь т.п.);

2) **максима великодушия**, обусловленная необходимостью необременения собеседника какими-либо обязательствами, которые он не предполагал брать на себя в ходе делового общения с партнёром, поскольку эффективное деловое взаимодействие не может быть дискомфортным для коммуникантов;

3) **максима одобрения**, проявляющаяся в позитивной оценке действий других, поскольку коммуникативный климат, в котором происходит деловое общение, обуславливается не только отношением собеседников друг к другу, но и отношением каждого из них к миру: если оценка окружающей действительности, будь то позитивная или негативная, не совпадает с восприятием собеседника, то данный факт может сильно затруднять достижение поставлен-

---

<sup>1</sup> *Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика: сборник: пер. с разн. яз. / сост. и вступ. ст. Н.Д. Арутюновой и Е.В. Падучевой; общ. ред. Е.В. Падучевой. – М.: Прогресс, 1985. – С. 222.*

<sup>2</sup> *Leech G. Principles of Pragmatics. – London: Longman, 1983. – P. 123.*

ной цели общения и ставить под сомнение возможность реализации выбранной коммуникативной стратегии;

4) **максима скромности**, проявляющаяся в неприятии излишних и необоснованных похвал в свой адрес, ведь одним из главных факторов налаживания эффективного делового взаимодействия является по возможности объективная, реалистичная оценка собственного вклада в коммуникативный акт, в то время обратная ситуация, при которой наблюдается сильно заниженная или сильно завышенная самооценка собеседников, может отрицательно сказаться на установлении контакта между ними;

5) **максима согласия**, предполагающая отказ избегания возможности создания условий для возникновения конфликтной ситуации в целях достижения главной цели коммуникации, включающей сохранение предмета речевого взаимодействия, что достигается взаимным снятием конфликта за счёт взаимной корректировки коммуникативной стратегии и тактик участников разговора;

6) **максима симпатии**, определяемая необходимостью создания благоприятного фона для перспективы развёртывания дальнейшего предметного взаимодействия.

3. **Принцип равной безопасности** предполагает отказ от возможности намеренного или произвольного причинения психологического или какого-либо другого ущерба собеседнику в ходе речевого взаимодействия. Этот принцип реализуется в общепринятом запрете оскорбительных выпадов против партнёра по деловому общению, унижения чувства собственного достоинства коммуниканта. Безусловно, грубые слова и выражения, насмешливый или презрительный тон разговора, ярлыки, навешиваемые на участника разговора, обидные реплики или даже оскорбления не способствуют налаживанию контакта, поскольку могут вывести собеседника из состояния равновесия, причинить ему моральные страдания или даже физический вред здоровью, а следовательно, помешать восприятию и адекватной интерпретации получаемой информации. Безусловно, каждый участник коммуникативного акта имеет право на собственную точку зрения, которую он может защищать и отстаивать, не соглашаясь с доводами оппонента, доказывая ошибочность его мнения, однако в первую очередь он должен уважительно относиться к личности своего собеседника.

**4. Принцип децентрической направленности** означает стремление к тому, чтобы не причинить вред общему делу, ради решения которого участники делового общения начали коммуникативный процесс. Главный смысл данного принципа заключается в том, что силы собеседников не должны тратиться на то, чтобы отстаивать свои эгоцентрические интересы, удовлетворять собственные амбиции. Их необходимо направить на совместный поиск наиболее оптимального решения проблемного вопроса, ради которого и осуществляется деловое взаимодействие. Децентрическая направленность отличается от эгоцентрической тем, что характеризуется способностью анализировать проблему или ситуацию с позиции другого человека, учитывая в первую очередь не собственные интересы, а интересы общего дела. Отметим, что именно принцип децентрической направленности в ходе делового взаимодействия нарушается чаще всего. Зачастую участники речевого взаимодействия могут руководствоваться самыми различными мотивами, забывая при этом в пылу эмоций о непосредственном предмете совместного обсуждения.

**5. Принцип адекватности** предполагает адекватное соотношение того, что было воспринято, тому, что было сказано. Иными словами, нельзя причинять ущерб сообщаемой информации посредством намеренного искажения её смысла. Ни для кого не секрет, что иногда участники речевого взаимодействия могут сознательно исказить позицию собеседника, передёргивая тем самым смысл его высказывания, с целью добиться таким образом преимущества в ходе разговора. Однако это не приводит ни к чему иному, как в взаимному непониманию и разногласиям.

Специалисты выделяют следующие основные факторы, которые могут способствовать «установлению благоприятного климата речевого общения:

- признание не на словах, а на деле плюрализма мнений, наличия многообразия точек зрения на различные проблемы современной жизни, что является необходимой предпосылкой демократического решения вопросов;
- предоставление каждому возможности осуществить своё право высказать собственную точку зрения;
- предоставление равных возможностей в получении необходимой информации для обоснования своей позиции;

- осознание того, что необходимость конструктивного диалога диктуется не волей отдельных лиц, а реально сложившейся ситуацией, связано с решением жизненно важных проблем для той и другой стороны;

- определение общей платформы для дальнейшего взаимодействия и сотрудничества, стремление найти в высказываниях партнёра и его поведении то, что объединяет с ним, а не разъединяет, поиск общих точек соприкосновения»<sup>1</sup>.

Игнорирование важности учёта данных условий и несоблюдение обозначенных принципов могут превратить конструктивное речевое взаимодействие в деструктивный диалог, что, несомненно, препятствуют налаживанию эффективного коммуникативного процесса.

Одним из важнейших факторов успешной организации эффективного делового общения является умение слушать, которое важно не только для адресата, воспринимающего информацию, но и для адресанта, передающего сообщение, поскольку именно диалогический характер коммуникации большинством специалистов признаётся наиболее предпочтительным и эффективным. Однако, по мнению учёных, большинство людей не умеют слушать других, особенно это касается тех случаев, когда речь говорящего не затрагивает собственные интересы адресата. Есть данные, что «умением выслушать собеседника сосредоточенно и выдержанно, вникнуть в сущность того, что говорится, обладают не более 10% людей, а руководители слушают с 25-процентной эффективностью»<sup>2</sup>.

Увы, бывают такие ситуации, когда собеседник, мысленно соглашаясь с говорящим, зачастую просто перестаёт его слушать, дожидаясь своей очереди высказаться, подбирая в это время контраргументы или наиболее подходящие доводы, готовясь тем самым к достойному ответу. В том случае, когда в пылу спора люди увлекаются обоснованием собственной позиции, они порой тоже не слышат своего оппонента, который пытается донести свою точку зрения.

При этом умение слушать является важнейшим условием правильной интерпретации поступающей в ходе беседы информации и

---

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Катаева. – 12-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – С. 179–180.

<sup>2</sup> Там же. – С. 180.

адекватного понимания мнения оппонента, объективной оценки существующих расхождений относительно предмета разговора, залогом проведения эффективных переговоров, продуктивной беседы, существенным компонентом культуры деловой коммуникации, в том числе и в сфере экономики и финансов.

Под *слушанием* понимают многоаспектный процесс «восприятия, осмысления и понимания речи говорящего»<sup>1</sup>. Слушание предполагает необходимость «сосредоточиться на речи партнёра, способность выделить из его сообщения идеи, мысли, эмоции, отношение говорящего, умение понять своего собеседника»<sup>2</sup>. Безусловно, слушание как коммуникативный процесс должно базироваться на психологической готовности собеседников к контакту друг с другом.

Специалисты выделяют различные манеры слушать, или так называемые стили слушания, которые во многом обуславливаются характером собеседников, их личностными особенностями и спецификой интересов, а также половозрастными особенностями, служебным положением и социальным статусом. Так, к примеру, подчинённые в большинстве случаев склонны проявлять большую сосредоточенность и внимательность в ходе разговора с руководителем, нежели наоборот. Более того, подчинённые редко решатся на то, чтобы прервать своего руководителя в процессе беседы. Существенны, по мнению психологов, различия в манере слушания между мужчинами и женщинами. Они полагают, что в процессе речевого взаимодействия мужчина перебивает женщину примерно в два раза чаще. При этом около трети времени беседы в таком случае у женщины занимает работа над тем, чтобы собраться с мыслями и вернуться в русло прерванного разговора. Различно, по мнению специалистов, и отношение мужчин и женщин к процессу организации коммуникативного акта. Так, мужчины больше внимания уделяют непосредственно предмету беседы, в то время как женщины в первую очередь сосредоточены на самом процессе речевого общения<sup>3</sup>.

Учёные выделяют два основных вида слушания: нерефлексивное и рефлексивное. *Нерефлексивное слушание* заключается в

---

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Катаева. – 12-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – С. 181.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> *Атватер И.Я.* Вас слушаю / пер. с англ. – 2-е изд. – М., 1988.

умении внимательно молчать, не прерывая речь своего собеседника собственными замечаниями. Подчеркнём, что, несмотря на то, что этот вид слушания может показаться пассивным, оно требует от адресата сообщаемого весьма значительного психического и даже физического напряжения. Чаще всего нереклексивное слушание необходимо в тех речевых ситуациях, когда один из участников коммуникативного акта обнаруживает глубокую взволнованность и желание высказать свою точку зрения относительно того или иного вопроса, обсудить беспокоящие его проблемы, но при этом может испытывать трудности выражения собственных эмоций и мыслей. В таком случае лучше всего показать собеседнику, что вы готовы его слушать столько времени, сколько ему необходимо. Отметим при этом, что данный вид слушания бывает не всегда уместным, поскольку общеизвестна традиция в русской лингвокультуре, когда молчание расценивается как знак согласия. В таком случае нереклексивное слушание могут ошибочно рассматривать как полное принятие точки зрения оппонента. Если такой вариант развития коммуникативного акта возможен, лучше сразу прервать собеседника, чтобы открыто обозначить свою позицию по обсуждаемому вопросу и избежать впоследствии нежелательных недоразумений.

Кроме того, не стоит упускать из виду, что в ряде случаев участники разговора не всегда желают обозначать собственную точку зрения, в то время как другие, например, ожидают активной поддержки со стороны собеседника или стремятся удостовериться в схожести или расхождении взглядов по обсуждаемому вопросу и ждут открытого одобрения своих слов или несогласия с высказываемой позицией. В подобных случаях на первый план выходит второй вид слушания, которое называют **рефлексивным**. Рефлексивное слушание предполагает активное вмешательство в речь партнёра, выражающееся в оказании ему помощи в выражении своих чувств и мыслей, организации благоприятной атмосферы общения, обеспечении адекватного восприятия и верного понимания участниками коммуникативного акта друг друга. Вполне очевидно, что в каждой конкретной ситуации общения необходимо выбирать тот вид слушания, который будет более уместным в данном случае.

Специалисты в сфере деловых коммуникаций выделяют следующие факторы, обуславливающие эффективное слушание в ходе речевого общения:

1. Одним из важнейших условий эффективного слушания является зрительный контакт между участниками общения. Попробуйте понаблюдать, куда вы смотрите в ходе беседы с другим человеком, в какую сторону при этом направлен взгляд других коммуникантов. Этот аспект речевого взаимодействия определяется нормами русского этикета, которые предписывают, чтобы участники разговора смотрели друг на друга, причём этот взаимонаправленный взгляд должен быть заинтересованным и внимательным, а не отсутствующим, поскольку в том случае, когда у коммуниканта, как говорится, «бегают глаза», собеседнику может показаться, что он говорит неправду, а когда отводит глаза, может создаваться впечатление, что он ведёт себя неискренне и даже что-то утаивает. Иными словами, характер взгляда участников разговора друг другу в глаза обнаруживает уровень взаимодействия, которое было установлено в ходе коммуникативного акта. Во многом характер этого зрительного взаимодействия определяется национальными особенностями менталитета, отражёнными и в правилах речевого поведения. Так, например, в японском речевом этикете мы сталкиваемся с несколько другими правилами слушания, которые, среди прочего, запрещают человеку более низкого социального статуса смотреть в глаза человеку, находящемуся выше него в обществе или организации. Отступление от этого правила может рассматриваться как непочтение, дерзость и даже вызов. Чтобы обозначить своё внимание к речи говорящего, японцы используют следующий специальный приём: кивают головой и периодически говорят: «Да». Подобные национальные особенности речевого этикета следует учитывать в ходе организации деловых переговоров с иностранными партнёрами, чтобы их нормы поведения в самый ответственный момент вас не шокировали и наоборот.

2. Не менее важным фактором в оценке эффективности слушания в ходе разговора является поза участников, на которую тоже целесообразно обращать внимание, поскольку именно она может указать на желание или нежелание адресата слушать говорящего. Если у собеседника непринуждённая и естественная поза, при которой его корпус слегка наклонён в вашу сторону, а весь внешний вид обнаруживает, что он внимателен к вам, можно судить о том, что вам удалось наладить контакт с адресатом. В том же случае, если участник разговора откинул корпус назад, малоподвижен или

даже отвернулся и при этом почти не смотрит на говорящего, следует признать, что он хочет подчеркнуть нежелание обсуждать данный вопрос.

3. Не стоит забывать и о таком важном факторе в процессе слушания (и речевого общения в целом), как межличностное пространство, которое определяется тем расстоянием, на котором находятся друг от друга участники разговора. Исследователи, определяя границу допустимого расстояния между собеседниками, выделяют следующие типы межличностного пространства: «межличностное расстояние (для разговора друзей) – 0,5–1,2 м; социальное расстояние (для неформальных социальных и деловых отношений) – 1,2–3,7 м; публичное расстояние – 3,7 м и более»<sup>1</sup>. Безусловно, каждая ситуация общения требует от коммуникантов грамотного выбора наиболее благоприятного для установления комфортного взаимодействия расстояния между ними.

Учёные выделяют также ряд принципов хорошего слушания. Первый из них предписывает коммуниканту активно сконцентрироваться на личности говорящего, обращать внимание не только на слова, но и на звук, темп и тембр голоса, жесты, мимику, позу и т.д., поскольку именно эти невербальные показатели могут нести в себе дополнительные сведения о внутреннем состоянии собеседника, его реакции на сообщаемое, отношение к предмету разговора.

Второй принцип эффективного слушания призывает адресата продемонстрировать говорящему своё понимание того, о чём он говорит. С этой целью специалисты предлагают использовать ряд приёмов рефлексивного слушания:

1) обратиться к собеседнику, чтобы уточнить его позицию, используя при этом следующие конструкции: *Не могли бы Вы повторить ещё раз? Что Вы имеете в виду? Я не вполне Вас понял* и т.п.;

2) попытаться переформулировать мысли собеседника своими словами, что позволит уточнить передаваемую информацию, с помощью таких оборотов: *Если я правильно вас понял...; Иными словами, вы полагаете...; Как я вас понимаю...; По вашему мнению...* и т.п.;

3) отразить чувства собеседника, обозначив, что они вам близки, для чего можно использовать следующие конструкции: *Вы, ско-*

---

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Катаева. – 12-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – С. 183.



*рее всего, расстроены...; По всей вероятности, вы чувствуете...; Я полагаю, что вы чувствуете... и т.п.;*

4) использовать в разговоре приём резюмирования, когда адресат подытоживает суть основных идей и мыслей собеседника: *Ваша основная мысль, как я понял, заключается в...; Если попытаться обобщить высказанные Вами положения, то...; То, что вы говорите, может означать...* и т.п. Подобный приём может способствовать созданию уверенности в правильной интерпретации сообщения, особенно в том случае, если между коммуникантами наблюдались разногласия и отсутствовала единая точка зрения на предмет обсуждения.

К сожалению, следует признать, что данный принцип демонстрации собеседника своего понимания его речи зачастую нарушается: участники разговора порой не затрудняют себя необходимостью вслушиваться в слова партнёра, уточнять его позицию, анализировать его аргументы, придавая им иногда совершенно иное значение, отвечая тем самым не на его доводы, а на собственные мысли по данному поводу. Безусловно, подобное поведение ведёт к нарушению установленного контакта, поскольку говорящий должен возвращаться к сказанному ранее и ещё раз формулировать свои мысли.

Третий принцип эффективного слушания призывает нас не давать оценок и советов. По мнению специалистов, оценки и советы, данные даже из самых лучших побуждений, могут значительно ограничивать свободу собеседника в высказывании собственной точки зрения, что, безусловно, способствует снижению активности участников разговора и в результате мешает эффективному обсуждению проблемного вопроса.

Осмысление и умелое применение обозначенных принципов эффективного слушания может содействовать в налаживании контакта с собеседником, более точном понимании его позиции, осмыслении сути разногласий между вами и в конечном итоге может позволить сделать разговор более плодотворным.

При организации речевого взаимодействия с собеседником следует помнить о «двух важных законах коммуникации:

1. Суть не в том, что сообщает отправитель, а в том, что понимает получатель.

2. Если получатель неправильно толкует сообщение отправителя, то вину несёт отправитель, т.е. ответственность за точную коммуникацию лежит на отправителе»<sup>1</sup>.

Таким образом, готовясь к сообщению той или иной информации, мы должны осознавать, правильно ли поймёт и поймёт ли вообще собеседник то, что мы планируем ему сказать, поскольку в процессе общения могут возникать различные межличностные барьеры, обусловленные спецификой восприятия языковых средств. Так, настоящим препятствием в понимании смысла речи говорящего может стать расхождение в понимании значения употребляемых слов и выражений у говорящего и слушающего. Подобные ситуации нередко возникают, если адресант позволяет себе неточность в словоупотреблении, небрежность в использовании многозначных слов, паронимов, синонимов, антонимов, омонимов. В этой связи при выборе лексических средств речевого общения следует учитывать следующие важные моменты: 1) значение слова, особенно это касается многозначных слов: в ходе разговора любая многозначность должна быть устранена; 2) сочетаемость слова с другими словами, 3) стилистическая принадлежность слов; 4) эмоционально-экспрессивная окраска используемых языковых единиц; 5) сфера употребления выбранных лексических средств.

Не стоит забывать и о такой особенности смысловой интерпретации, как «иллюзия понятности», которая заключается в несоответствии «нашего понимания смысла слова его действительному содержанию при уверенности в правильном понимании этого слова»<sup>2</sup>. При этом главным критерием для обнаружения факта «иллюзии понятности» является неумение сформулировать значение слова. Причём в данном случае имеется в виду не строгое логическое определение понятия, а обыкновенное незнание не только второстепенных, но даже существенных признаков обозначаемого словом предмета. Такое явление, как «иллюзия понятности», зачастую связана с интерпретацией слов, наиболее часто используемых в средствах массовой коммуникации, к которым в первую очередь относится финансовая и общественно-политическая лексика. Воспринимая слово, которое часто звучит с телеэкранов, по радио, в

---

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Катаева. – 12-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – С. 185.

<sup>2</sup> Там же.

публичных выступлениях известных людей, встречается на страницах газет и журналов, а также в текстах различных интернет-публикаций, человек порой не задумывается над его смыслом, не осознаёт суть понятия, которое обозначается этим словом. Причём слушающему или читающему кажется, что он знает это слово и понимает его значение, однако на деле это оказывается совсем не так. К примеру, анкетный опрос, проведённый консультантами «Службы русского языка» во Владимирской области в 2013–2015 годах, показал, что ряд слов остаются непонятными для рядового носителя русского языка. Так, значение таких часто употребляемых слов, как *брифинг*, *дефолт* и *легитимация*, объяснялось следующим образом: *брифинг* – ‘собрание, обсуждение, совещание; *дефолт* – ‘обесценивание денег’, *легитимация* – ‘независимость’.

Для сравнения приведём данные из словарей:

**БРИФИНГ**, -а; м. (от англ. *briefing* – инструктаж). Краткая пресс-конференция, на которой излагается позиция правительства, официального ведомства и т.п. по определённому вопросу или даётся информация о ходе международных переговоров, взглядах сторон и т.п.<sup>1</sup>

**ДЕФОЛТ** [де] и [дэ], -а; м. [англ. *default* – невыполнение обязательств] Экон. 1. Неисполнение договора; невыполнение обязательства, неуплата долга // Финансовая несостоятельность. 2. Отказ (банка, правительства) выплатить по каким-л. причинам свои внешние или внутренние долги или проценты по ним<sup>2</sup>.

**ЛЕГИТИМАЦИЯ**, -и; ж. Юрид. 1. Признание или подтверждение законности какого-л. права или полномочия; документ, подтверждающий это право или полномочие. 2. В законодательстве некоторых стран: узаконение внебрачных детей<sup>3</sup>.

Кроме риска «иллюзии понятности», говорящий может столкнуться с ситуацией, когда адресат попросту не знает каких-либо слов, которые употребляет собеседник. В этой связи не рекомендуется перегружать сообщение малознакомыми словами, поскольку это может стать серьёзной помехой при интерпретации информации, а иногда способствовать совершенно неправильному восприятию и толкованию сообщаемого.

---

<sup>1</sup> Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2000. – С. 97.

<sup>2</sup> Там же. С. 255.

<sup>3</sup> Там же. С. 489.

Таким образом, налаживание результативного речевого взаимодействия зависит от множества факторов. Знание принципов эффективной официальной коммуникации, следование основным правилам слушания и знание специфики восприятия информации собеседником может стать залогом успешности современного финансиста в сфере делового общения.

### **6.3. Активные процессы в публичных сферах речевого общения современного финансиста**

Сферы речевого общения современного финансиста в основном концентрируются в публичных пространствах. В этой связи целесообразно рассмотреть активные процессы в сферах речевого общения – публичного, информационного («общения» человека с компьютером и интернет-коммуникациями), а также в дискурсе средств массовой информации. В этой связи обратим внимание на следующее.

1. В последние десятилетия XX и первое десятилетие XXI века, отмеченные новыми общественно-политическими, экономическими и социокультурными процессами, происходит значительная **активизация различных форм публичной коммуникации**, в том числе и в сфере финансовой коммуникации, среди которых лидирующее место занимает публичный диалог. При этом официальная тематика и соответствующие языковые стереотипы прошлой эпохи были заменены на интерес к человеку и живому собеседнику. Монологизированная публичная форма общения стала постепенно вытесняться диалогической.

2. **Современный публичный диалог финансиста** представлен многообразием коммуникативно-речевых жанров, широко реализованных в масс-медиа. Среди наиболее активных типов публичного диалога, общими характеристиками которых является целенаправленность информации и ориентация на массового адресата, выделяются печатные, радио- и телеинтервью, беседы, пресс-конференции, теледискуссии, а также диалоги «за круглым столом». Особое место в системе современной публичной массовой коммуникации занял жанр **«ТОК-ШОУ»**, отличительными чертами которого является вопросно-ответное построение, реплицирование (т.е. чередование выступлений двух говорящих) и относительное «равенство» социальных ролей собеседников. Номинация «ток-

шоу», соединяя в себе семантику двух смыслов – «разговор» и «представление, зрелище», – стала новой (во многом заимствованной с Запада) и, как кажется, удобной формой для обозначения большого круга медийных программ – от интерактивных игр до общественного обсуждения актуальных проблем. Для современной публичной коммуникации характерны не только изменения в структуре и содержании многих жанров, их перераспределение по шкале значимости и употребительности, но и совершенно новые виды устного публичного общения (к примеру, *ночные разговоры, ночные диалоги, ночные беседы*), появлению которых активно способствуют современные средства массовой информации<sup>1</sup>.

3. По свидетельству исследователей, главной чертой нашего времени является **полифония публичной речи финансиста**, которая проявляется в многообразии обсуждаемых тем, многоликости говорящего субъекта и в связанном с этим большим разнообразии языковых и стилистических средств. Тексты публичных бесед дают представление об общей выразительной направленности, об использовании коммуникантами выразительных средств и приёмов, усиливающих эмоциональность и экспрессивность. Это, по мнению Е.И. Голановой, вселяет надежду на то, что «процесс «языкового раскрепощения» входит в более спокойное русло, и все мы участвуем в создании новой нормы, которая требует гибкого следования целям и условиям общения»<sup>2</sup>.

4. Конец XX – начало XXI века характеризуется **изменением коммуникативного пространства средств массовой информации**, что выражается в значительном **расширении** и усилении его **качественного разнообразия**. Средства массовой информации как неотъемлемый атрибут современной жизни, в том числе её экономической сферы, оказывают огромное влияние на функционирование социальных институтов и на мировоззрение практически каждой языковой личности. Функционирование сферы средств массовой информации во всех её технических форматах – телевизионном, газетном, электронно-сетевом и т.д. – воспринимается как некое «зеркало», которое отражает действительность<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Голанова Е.И. Активные процессы в сфере публичного общения // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX–XXI веков. – М.: Языки славянских культур, 2008. – С. 462.

<sup>2</sup> Там же. – С. 456.

<sup>3</sup> Негрышев А.А. Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ: учебное пособие. – Владимир: ВГГУ, 2009.

При этом в настоящее время происходит дальнейшее расширение границ дискурса СМИ посредством Интернет-коммуникации, которая является не просто новым каналом передачи информации, но и новой средой, в которой сосуществуют и преобразуются различные информационные потоки и различные виды дискурса. В этой связи некоторые лингвисты, характеризуя Интернет-коммуникации, высказывают мнение о том, что в XXI веке можно говорить о возникновении новой функциональной разновидности русского языка – *языка электронных средств коммуникации*, имеющего особую сферу функционирования, систему жанров и специфические языковые средства, а также характеризующегося гипертекстуальностью, интерактивностью, коммуникативной и информационной дискретностью и др.<sup>1</sup> Одним из наиболее специфичных по своей коммуникативной направленности и языковому оформлению коммуникативно-речевых жанров XXI века является *интернет-форум* – новый жанровый тип публичного текста, который порождён новой коммуникативной ситуацией и наследует черты коммуникативной модели Интернета, черты текстов СМИ и обычного речевого общения.

Кроме того, в обширной лингвистической литературе, посвящённой активным процессам в дискурсе СМИ, среди наиболее релевантных отмечаются также следующие позиции: изменение концептуального пространства дискурса СМИ, связанное с **расширением некоторых тематических полей, возникновением / заимствованием новых концептов**, изменением значимости отдельных концептов в культуре, формированием новых концептуальных доминант; изменениями в составе активного словаря социума и политических символов эпохи<sup>2</sup>.

**5. Электронные средства коммуникации**, включая чаты, форумы, электронную почту, ICQ и др., различаются по типам адресата и адресанта, темам, тональностям общения, а также формируют собственные типичные языковые черты, обусловленные динамичностью, креативностью современного пользователя, пренебрежением его к существующей устной и письменной нормам, и в результате

---

<sup>1</sup> Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник. – М., 2003. – 791–793.

<sup>2</sup> Подробнее см.: *Какорина Е.В.* Активные процессы в языке средств массовой информации // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX–XXI веков. – М.: Языки славянских культур, 2008. – С. 495–578.

**оказывают заметное влияние на речевую культуру общества в XXI веке.** Так, в сети Интернет существует множество сайтов и форумов для финансистов, где они могут получить ответы на интересующие их вопросы, а также обсудить наиболее важные проблемы современной экономической сферы; ср., напр., [ekonomist.by](http://ekonomist.by), [forum.mfd.ru](http://forum.mfd.ru), [financeforum.ru](http://financeforum.ru), [www.biznet.ru](http://www.biznet.ru), [economist-info.ru](http://economist-info.ru) и др.

## **ВЫВОДЫ**

На основе анализа прагматических особенностей речевого портрета современного финансиста можно сделать следующие выводы.

1. Основными компонентами *речевой ситуации* современного финансиста являются обстановка общения (официальная и неофициальная), фактор адресата (количество слушателей, их ролевые и коммуникативные отношения), а также цель общения (поддержка диалога, сообщение информации, воздействие).

2. Официальная обстановка общения имеет ряд специфических черт, среди которых особое место занимает ряд соответствующих этикетных норм речевого поведения (обязательное двустороннее Вы-общение, строгое соблюдение этикетной рамки, использование этикетных стандартных формул вежливости). В неофициальной обстановке современный финансист может чувствовать себя несколько свободнее в выборе речевых средств (Ты- или Вы-обращение избирается в зависимости от возраста и социального статуса собеседника, а также степени знакомства с ним; используется этикетная рамка приветствия и прощания, словарный состав которой, впрочем, может быть более или менее свободным; применение стандартных формул речевого этикета обычно сводится к минимуму), что не исключает, однако, нежелательности использования тех же лексических пластов, которые нежелательны и в официальном общении.

3. Фактор адресата в структуре речевой ситуации определяется тем, что в любом коммуникативном процессе важен личностно-субъективный аспект. Общаясь, мы передаем не только объективную информацию, но и своё отношение к ней и собеседнику. Спрос на коммуникабельных, приятных в общении современных финансистов – это экономическая стратегия и политика в современном бизнесе.

4. Для достижения наибольшей эффективности речевой коммуникации современный финансист должен придерживаться ряда

принципов, среди которых особое место занимают принцип кооперации Г.П. Грайса, принцип вежливости Дж. Н. Лича, принцип равной безопасности, принцип децентрической направленности, принцип адекватности, которые способствуют установлению благоприятного климата речевого общения.

5. Активные процессы в сферах публичного речевого общения финансистов определяют специфику современной коммуникативной деятельности. К таким процессам следует отнести следующие: активизация различных форм публичной коммуникации финансиста, многообразие коммуникативно-речевых жанров современного публичного диалога, полифония публичной речи финансиста, изменение коммуникативного пространства средств массовой информации.

### ➔ КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Что такое речевая ситуация?
2. Какие элементы входят в общую схему речевой ситуации?
3. В чём специфика целеполагания в речевой ситуации? Как влияет выбор цели на ход коммуникации?
4. В каком случае речевое взаимодействие следует признать эффективным?
5. В чём проявляется принцип равной безопасности в процессе речевой коммуникации?
6. Какие факторы способствуют установлению благоприятного климата речевого общения?
7. Чем характеризуется современный публичный диалог финансиста?
8. В чём проявляется полифония публичной речи современного финансиста?
9. Какова особенность взаимодействия современного финансиста со СМИ?

### ➔ ЗАДАНИЯ

1. В параграфе 6.1 представлена общая схема речевой ситуации. Составьте собственную схему, включив в неё дополнительные элементы речевой ситуации современного финансиста.



2. Составьте перечень рекомендаций для будущих финансистов «Ваше деловое общение будет эффективным, если...».

3. Представьте, что вы – руководитель крупной компании. Проведите интервью с самим собой. Отвечайте на те вопросы, которые вы бы хотели, чтобы вам задали в связи с вашей профессиональной деятельностью.

### → ТЕСТЫ

1. Что из перечисленного не входит в общую схему речевой ситуации современного финансиста?

- а) обстановка общения;
- б) настроение говорящего;
- в) адресат;
- г) цель общения.

2. Что из перечисленного не входит в ряд обязательных речемыслительных операций в процессе восприятия речи:

- а) контроль понимания;
- б) резюмирование;
- в) подбор языковых средств;
- г) корректировка позиций.

3. Непричинение психологического или иного ущерба партнёру в информационном обмене определяется следующим принципом:

- а) принципом кооперации;
- б) принципом равной безопасности;
- в) принципом децентрической направленности;
- г) принципом адекватности.

4. Принцип децентрической направленности означает:

а) непричинение ущерба делу, ради которого стороны вступили во взаимодействие;

б) непричинение психологического или иного ущерба партнёру в информационном обмене;

в) непричинение ущерба сказанному путём намеренного искажения смысла;

г) равный коммуникативный вклад партнёров в общий диалог.

5. Публичное расстояние для речевой коммуникации составляет:

- а) до 0,5 м;
- б) 0,5–1,2 м;
- в) 1,2–3,7 м;
- г) 3,7 м и более.

6. В чём выражается изменение коммуникативного пространства современных средств массовой информации:

а) в значительном расширении и усилении их качественного разнообразия;

б) в многообразии обсуждаемых тем, многоликости говорящего субъекта и в связанном с этим большим разнообразии языковых и стилистических средств;

в) в активизации различных форм публичной коммуникации;

г) в появлении Интернета.

7. Что из перечисленного не относится к электронным средствам коммуникации:

а) форумы;

б) телефонная сеть;

в) электронная почта;

г) ICQ.



---

## Глава 7

# КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ РЕЧИ ФИНАНСИСТА

### 7.1. Коммуникативные роли современного финансиста

Термин *коммуникация* происходит от латинского слова *communicatio*, которое означает 'сообщение, передача', при этом в латинском языке существовали глагол *communicare* со значением 'делать общим, беседовать, связывать, сообщать, передавать'<sup>1</sup>.

Процесс коммуникации (в том числе как формы взаимодействия) понимается в качестве одной из основ жизни человека и общества. При этом речь у исследователей идёт как о самом процессе коммуникации, так и о его результатах<sup>2</sup>.

Будучи весьма многоплановым термином, *коммуникация* по-разному трактуется различными исследователями в области гуманитарных и социально-психологических наук. Так, например, среди учёных-социологов, распространено мнение, что под коммуникацией следует понимать «социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам с помощью разных средств коммуникации»<sup>3</sup>. Другой исследователь, специализирующийся на изучении психологических аспектов применения права, М.С. Андрианов ограничивает понимание *коммуникации* исследованиями смысловых аспектов социального взаимодействия<sup>4</sup>.

Немецкий социолог Никлас Луман под *коммуникацией* понимал «некое исторически-конкретное, протекающее, зависимое от кон-

---

<sup>1</sup> Бориснёв С.В. Социология коммуникации: учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – С. 6

<sup>2</sup> Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. – СПб.: Питер, 2011. – С. 10-16.

<sup>3</sup> Бориснёв С.В. Социология коммуникации... – С. 14.

<sup>4</sup> Андрианов М.С. Невербальная коммуникация: психология и право. – М.: Институт общегуманитарных исследований, 2007. – С. 10.

текста событие» как совокупность действий, характерных только для социальных систем, при осуществлении которых происходит перераспределение знания и незнания, а не связь или передача информации, или перенос «семантических» содержаний от одной обладающей ими психической системы к другой<sup>1</sup>.

Согласно исследованиям американским специалистами А.Л. Силларса и А.Л. Вангелисти, коммуникация должна трактоваться как средство, с помощью которого люди конструируют и поддерживают свои отношения<sup>2</sup>.

Область знаний и научных интересов, связанные с процессом коммуникации, начинают складываться ещё в древние времена, что и обуславливает тот факт, что определений *коммуникации* столько же много, сколь много написано о ней научных работ.

В то же время повышенный интерес к проблеме коммуникации в XX веке вышел за пределы лингвистики и психологии, в связи с чем возникли такие новые разделы научного знания, как психолингвистика, социолингвистика и др. Новые средства связи, такие как телефон, телеграф, радио, изначально имели исключительно практическую функцию: они были призваны улучшить процесс коммуникации между людьми. Однако со временем, когда к основным средствам дистантной коммуникации прибавилась ещё и всемирная сеть Интернет, появилась достаточно сложная проблема моделирования коммуникации, поскольку этот процесс теперь происходит не только между человеком и человеком, но и между человеком и машиной и даже между машиной и машиной, а сама коммуникация стала предметом изучения кибернетики как науки об общих закономерностях получения, хранения, передачи и преобразования информации в сложных управляющих системах.

Развитие связи и активное распространение информации привело к появлению такого явления, как массовая коммуникация, а интерес к всё возрастающей роли взаимодействия людей в ходе производственной деятельности породил новые вопросы, которые лежат теперь в области экономики и менеджмента. Иными словами, с проблемами организации и управления процессом коммуни-

---

<sup>1</sup> Цит. по: Назарчук А.В. Теория коммуникации в современной философии. – М.: Прогресс-Традиция, 2009. – С. 113–114.

<sup>2</sup> *Sillars A.L., Vangelisti A.L. Communication: Basic properties and their relevance to relationship research / A.L. Vangelisti & D. Perlman (eds.). The Cambridge Handbook of Personal Relationships.* – N. Y.: Cambridge University Press, 2006. – P. 331–351.

кации на сегодняшний день сталкивается всё больше специалистов из различных отраслей человеческой деятельности. В настоящее время вопросы изучения коммуникационных процессов являются одними из наиболее актуальных глобальных проблем человечества.

Для того чтобы организовать эффективный процесс коммуникации, каждый его участник должен осознавать специфику своей коммуникативной роли.

Слово «роль» определяется толковым словарём следующим образом:

РОЛЬ, -и; *мн. род. -бй, дат. -лям; ж. [франц. role].* 1. Художественный образ, воплощаемый актёром на сцене, в кинофильме и т.п. *Главная р. Эпизодическая р. Распределение ролей. Трагическая, комическая, драматическая р. Играть р. главного героя. Сниматься в комедийных ролях. Женская, мужская р. Дебютировать в роли. Коронная р. (которая удаётся лучше других). Быть на вторых ролях (также: находиться в подчинённом, зависимом положении). Играть, разыгрывать р. кого-л., какую-л. (также: притворяться кем-л., каким-л.). Войти в р. (освоиться с образом или каким-л. положением, манерой поведения). Выдержать р. (не отступить от образа или линии поведения). Выйти из роли (также: отступить от образа, избранной линии поведения). Поменяться ролями с кем-л. (также: оказаться в положении другого). Роли переменялись (изменились взаимоотношения людей, соотношение их сил).* 2. Совокупность текста одного действующего лица в пьесе. *Тетрадь с ролью. Учить р. Списать р. Знать свою р. наизусть.* 3. *кого.* Назначение, функции кого-, чего-л.; род деятельности, проявление себя в качестве кого-л. *Взять на себя р. переводчика. Избрать р. арбитра. Отстаивать р. лидера. Сочетать р. руководителя с ролью наставника. Социальные роли индивидуума. Р. науки в развитии животноводства.* 4. Мера влияния, значения, степень участия в каком-л. деле, предприятии, событии. *Р. Пушкина в формировании русского литературного языка. Сыграть неблагоприятную р. в чем-л. Усилить р. государства на международной арене. Ваше признание не играет большой роли.* < В роли *кого-чего*, в зн. предлога. В качестве *кого-, чего-л.* *Выступить в роли просителя. Ролевой,-ая, -ое (1–3 зн.). Р. текст. Р-ая игра (с распределением ролей между участниками)*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2000. – С. 1128.

Если речь идёт о взаимодействии людей в ходе речевой коммуникации, то под словом *роль*, в большей степени соотнося этот смысл с третьим словарным значением, понимают определённую типовую модель поведения людей, а также принятые в обществе правила поведения и общения для определённых стандартных ситуаций<sup>1</sup>. При этом в теории коммуникации нередко проводят разграничение между социальными и коммуникативными ролями. Под **социальной ролью** понимается поведение человека, обусловленное его социальным статусом, т.е. обусловленное тем, кем он на самом деле является в обществе или в конкретной ситуации. Социальная роль во многом определяет специфику действий человека. Социальные роли могут определяться различными факторами. Рассмотрим основные из них:

1) профессиональная деятельность: к таким социальным ролям относятся, например, поведенческие типы начальника, подчинённого, учителя и пр.;

2) семейное положение: каждый человек имеет определённую социальную роль в своей семье: отец, сын, мать, дочь, муж, жена и др.;

3) возраст: к числу таких социальных ролей относится, например, взрослый и ребенок, причём подобное разграничение зачастую выходит за рамки чисто возрастных особенностей, ведь порой биологически взрослым людям свойственна инфантильность, а дети могут вести себя совсем по-взрослому;

4) пол: очевидно, что подобное разграничение определяется биологическими особенностями, однако в социальном взаимодействии от мужчин мы ждём исполнения ими мужской роли и так называемого мужского поведения, а от женщин – определённых моделей, характерных именно для их пола.

Таким образом, любая социальная роль должна соответствовать определённым правилам, которые выработаны обществом и считаются приемлемыми для того или иного социального статуса.

Вполне очевидно, что человек в своей жизни и профессиональной деятельности может исполнять сразу несколько социальных ролей, поскольку в жизни мы можем быть одновременно и начальниками, и подчинёнными, и жёнами, и дочерьми. При этом различные социальные роли предполагают, что в тех ситуациях, которые

---

<sup>1</sup> Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж, 2001.

определяют наш социальный статус, мы избираем различные коммуникативные стратегии. Иными словами, на работе человек может общаться с одной манерой, а дома его коллегам будет совершенно сложно узнать в нём строго начальника. В этой связи говорят уже о коммуникативных ролях.

Под *коммуникативной ролью* понимается сложный лингвистический феномен, который ориентирован на активацию определённого компонента в языковом сознании участников общения в соответствии с двумя группами факторов<sup>1</sup>.

I. К первой группе относятся сравнительно статические факторы, которые представляют собой неизменные или изменяющиеся в течение длительного периода характеристики, к которым чаще всего относят различные особенности коммуникативной ситуации:

1) социальные факторы:

- социальный статус говорящего и слушающего;
- тип социальных отношений в той социальной группе, в которой протекает коммуникация;

2) культурные факторы, включающие разного рода традиции культурного, национального и религиозного характера;

3) личные факторы, такие как возраст, пол, психологический тип;

4) прочие постоянные характеристики собеседников в процессе коммуникации.

II. Ко второй группе относятся факторы ролевой динамизации, которые включают следующие элементы:

1) специфика встречной роли участника процесса коммуникации;

2) особенности коммуникативного поведения собеседника;

3) характеристики локального контекста;

4) внелингвистические ситуативные факторы, влияющие на ход общения.

Коммуникативная роль включает в себя две главные составляющие:

1) ментальная, которая определяется процессом осмысления участниками общения своей коммуникативной роли;

---

<sup>1</sup> Кравченко Н.К. Интегративная методика анализа коммуникативных ролей в разговорном дискурсе // *Studia linguistica*. Вып. 5. – М.: Киевский ун-т, 2011. – Ч. 2. – С. 343–349.

2) поведенческая, в состав которой входят отдельные элементы так называемого «исполнения» участником его коммуникативной роли.

К основным особенностям коммуникативных ролей, которые выделяет в своих исследованиях Н.К. Кравченко, относятся следующие<sup>1</sup>:

1) стереотипность и ожидаемость взаимных прав и обязанностей;

2) стереотипность сценариев коммуникативного поведения;

3) заданность социопсихологическими характеристиками участников (психологическим типом, социальным статусом, возрастным, гендерным и другими факторами) коммуникативного процесса.

Рассмотрим, каким образом основные коммуникативные роли, выделяемые в общей теории коммуникации, функционируют в речевой практике современного финансиста<sup>2</sup>.

Коммуникативные роли современного финансиста могут быть выделены на основе принадлежности коммуникантов к той или иной социально-профессиональной группе, на основе статусно-иерархических показателей и ситуативно-целевой задачи. Таким образом, можно говорить о социально-профессиональной, статусно-иерархической и ситуативной коммуникативных ролях. Рассмотрим каждую из них более подробно.

**I. Социально-профессиональная роль финансиста** предполагает его определённое коммуникативное поведение, поскольку он выступает в социальной роли делового коммуниканта. Социально-профессиональная коммуникативная роль, обуславливая речевое поведение финансиста, способствует созданию ролевого группового представления речи. При этом показателями данной коммуникативной роли становятся наиболее активно используемые лексические единицы и особенности синтаксиса. Наряду с другими речевыми единицами обозначенные элементы обнаруживает особую связь с социально-профессиональной ролью. Такую связь принято называть ролевым значением, под которым понимается «фрагмент

---

<sup>1</sup> Кравченко Н.К. Интегративная методика анализа коммуникативных ролей в разговорном дискурсе // *Studia linguistica*. Вып. 5. – М.: Киевский ун-т, 2011. – Ч. 2. – С. 343–349.

<sup>2</sup> В основе классификации – модель коммуникативных ролей в деловом общении Н.Ю. Чигридовой (см.: Чигридова Н.Ю. Речевое поведение коммуниканта в жанре деловых эпистолярных дис. ... канд. филол. наук. – Ростов н/Д, 1999).



значения слова, усвоение которого косвенно инспирировано социальной группой, в противоположность всему объёму слова»<sup>1</sup>. Рольевое значение на уровне лексики представлено специализированными профессиональными словами, системой клишированных средств, профессионализмами, жаргонизмами и т.п.; на уровне синтаксиса – типичными синтаксическими конструкциями, наиболее часто используемыми финансистами в своей речи.

Социально-профессиональная коммуникативная роль определяется по следующим признакам: род занятий, образование, позиция в обществе, материальный уровень. Оценка по данным параметрам позволяет объединить различных коммуникантов в одну социально-профессиональную группу. Параметр «род занятий» позволяет ограничить исследуемую нами группу финансистов следующими профессиями, которые так или иначе можно отнести к финансовой системе: непосредственно финансисты, банкиры, профессиональные инвесторы, трейдеры, финансовые директора, бухгалтеры, экономисты, менеджеры. Данная группа определяет и формирует определённые профессиональные нормы, т.к. некие этические и технологические правила деятельности участников делового взаимодействия; эта же группа осуществляет контроль степени соответствия социальной роли этим правилам и параметрам. Так, например, в деловой практике известны ситуации, в которых участники делового общения быстро и безошибочно идентифицировали так называемого «чужака» по его текстам.

Остальным обозначенным признаками данной коммуникативной роли современного финансиста присущи следующие характеристики:

1. Хорошее образование, уровень которого определяется знанием одного или нескольких иностранных языков, а также достаточно развитым навыком работы на компьютере, который в современном обществе считается признаком, объединяющим большинство деловых коммуникантов. Уровень образования, опыт и навыки определённой работы обуславливают степень профессионализма участника делового общения.

2. Характеристика «позиция в обществе» также признаётся объединяющим признаком, поскольку в основном представители

---

<sup>1</sup> Тарасов Е.Ф. К построению теории речевой коммуникации // Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. [и др.]. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. – М., 1979. – С. 9.

социально-профессиональной категории финансистов пользуются значительным авторитетом в самых широких кругах общественности и характеризуются высокой степенью социального престижа, однако внутри одной организации они могут получать различные должности и занимать неравноценные позиции, что и обуславливает иерархический статус участника делового общения, а следовательно, и его роль.

3. По признаку «материальный фактор» современные финансисты в целом могут оцениваться как деловые коммуниканты, обладающие достаточно высоким материально-социальным статусом: как правило, по уровню доходов представители экономической сферы (бизнесмены, банкиры, финансисты и др.) стоят в верхних строках различного рода рейтингов. Хотя такие доходы получают лишь представители так называемого топ-менеджмента, сотрудники среднего и младшего звена также имеют шанс большого заработка и перспективу роста.

Анализ обозначенных параметров даёт основания утверждать, что социально-профессиональная группа финансистов может быть признана категорией людей, которые обладают высоким социальным статусом: современный финансист характеризуется уверенной социальной позицией, владением одной из престижных профессий, высоким образовательным и материальным статусом.

**II. Статусно-иерархическая роль современного финансиста** предполагает учёт в анализе коммуникативной ситуации социального статуса говорящих, т.е. их место в современном обществе, которое является результатом взаимодействия множества факторов, к числу которых относится профессиональная деятельность коммуникантов, их пол, возраст, образование, национальное, культурно-религиозное и региональное происхождение человека, поскольку общая специфика их деятельности определяет и достаточно пёстрый национальный состав этой социально-профессиональной категории.

Анализируя статусно-иерархические роли с учётом параметра «позиция на фирме» Н.Ю. Чигридова выделяет четыре типа коммуниканта<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> Чигридова Н.Ю. Речевое поведение коммуниканта в жанре деловых эпистолярных дис. ... канд. филол. наук. – Ростов н/Д, 1999. – С. 6.

1. К первому типу относятся коммуниканты, занимающие самое высокое место в статусной иерархии организации, которое определяется тем, что они имеют право выступать от имени организации (руководители).

2. Ко второму типу относятся представители менеджмента высшего звена, так называемые топ-менеджеры.

3. Третий тип составляют менеджеры среднего звена и свободные предприниматели, которые, с одной стороны, занимают в обществе достаточно высокую ступень, поскольку руководят фирмой, имеют хорошее образование и являются материально независимыми, с другой стороны, владеют сравнительно маленьким бизнесом, иногда являясь одновременно руководителем, бухгалтером, а порой и единственным сотрудником своей фирмы.

4. В четвёртую группу вошли рядовые сотрудники фирмы.

Корреляция между статусно-иерархической ролью и языковыми средствами её реализации определяется тем, что для речи первой и второй групп коммуникантов характерно использование в большей степени нейтрально окрашенной лексики, а также строгое соблюдение жанрово-стилевых особенностей речевого общения, что выражается в подчёркнутой сдержанности и корректности, в то время как маркированные речевые средства, относящиеся к разговорному стилю, могут встречаться в процессе коммуникации представителей третьей и четвёртой групп. Следует отметить и наличие эмоционально-экспрессивных средств речи, которые в целом не характерны для представителей сферы финансистов, однако встречаются в речи представителей статусно-иерархической роли свободного предпринимателя. Данный факт объясняется тем, что так называемый свободный предприниматель, представляя в своём лице отдельное юридическое лицо, выступает во многом от своего имени, поскольку его фирма зачастую приравнивается к нему самому; представители же других статусно-иерархических ролей выступают от имени более или менее крупной организации, поэтому их речь должна быть лишена подобных единиц.

III. Третий тип коммуникативных ролей составляют **ситуативные роли**, которые наименее всего связаны с социальным статусом говорящих, отражая во многом специфические ситуации, возникающие в процессе коммуникативного взаимодействия. Ситуативные роли определяются тем, какая коммуникативная задача стоит пе-

ред участниками общения: изложить просьбу, предъявить требование, защитить свою позицию, задать вопрос, обозначить призыв и др. Таким образом, к ситуативным можно отнести роли инициатора, просителя, руководителя, ответчика, истца, эксперта<sup>1</sup>. Вполне очевидно, что в ходе своей профессиональной деятельности финансист может исполнять одновременно или подряд множество различных ситуативных ролей.

Итак, участники профессиональной коммуникации в сфере экономики одновременно могут выступать в различных коммуникативных ролях: социально-профессиональной, статусно-иерархической и ситуативной. При этом осознание основных принципов речевого взаимодействия в рамках той или иной коммуникативной роли определяет во многом успешность акта коммуникации. Об особенностях коммуникативных неудач и способах их преодоления речь пойдёт в следующем параграфе.

## **7.2. Причины коммуникативных неудач в речи современного финансиста и пути их преодоления**

Речевое взаимодействие в любой профессиональной сфере формируется под воздействием различных факторов. Причём данные факторы могут иметь не только языковую природу, но и касаться внеязыковой действительности: на процесс коммуникации зачастую оказывает влияние не только то, что мы говорим, но и то, как мы говорим, а также целый спектр аспектов (отношение коммуникантов к предмету речи и друг другу, определённые действия в речевой ситуации, физическое и психологическое состояние, накопленный опыт, знания, убеждения и др.). Вполне очевидно, что успешность речевого взаимодействия не всегда будет зависеть от выбора коммуникантами языковых средств. Игнорирование данного факта может приводить к различного рода **коммуникативным неудачам**, под которыми понимается «недостижение инициатором общения коммуникативной цели и, шире, прагматических устремлений, а также отсутствие взаимодействия, взаимопонимания и согласия между участниками общения»<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Чигридова Н.Ю. Речевое поведение коммуниканта в жанре деловых эпистолярных дис. ... канд. филол. наук. – Ростов н/Д, 1999. – С. 6.

<sup>2</sup> Культура русской речи: учебник для вузов / под ред. проф. Л.К. Граудиной и проф. Е.Н. Ширяева. – М.: Издательская группа НОРМА–ИНФРА-М, 1999. – С. 68.

Коммуникативные неудачи в финансовой сфере могут иметь различный характер и приводить к многообразным последствиям. Так, например, непонимание или неверное понимание одного из партнёров другим может приводить к срыву сделки, формированию конфликтной ситуации; отсутствие прогнозируемой реакции на речь говорящего или, более того, негативная реакция на сообщение порой меняет не только эмоциональное состояние партнёров, но и задаёт новый, непроработанный курс беседе, которая может закончиться не тем, чего от неё ожидали; отсутствие интереса к речевому взаимодействию у одного из партнёров не сулит каких бы то ни было договорённостей вообще.

Протекание любого профессионального разговора, будь то диалог или полилог, определяется взаимодействием различных факторов, которые носят как интралингвистический, так и экстралингвистический характер. В этой связи выявление причин коммуникативных неудач должно распространяться на различные сферы, обуславливающие коммуникативное взаимодействие.

Для того чтобы наметить пути преодоления коммуникативных неудач в речи современного финансиста, необходимо проанализировать, что относится к неблагоприятным факторам, которые могут приводить к этим коммуникативным неудачам.

**I. Некомфортная коммуникативная среда** может поставить под угрозу эффективность профессиональной коммуникации, поскольку мешает участникам общения «настроиться» на взаимодействие друг с другом, что может быть обусловлено следующими факторами:

1) общение при посторонних лицах, при котором участники речевого взаимодействия не всегда могут осознать своё место в осуществляемом коммуникативном акте, а также определить нужную тональность своего речевого поведения;

2) недостаточная степень знакомства может способствовать нарастанию дискомфорта речевого взаимодействия и затруднит налаживание коммуникативной связи;

3) наличие ряда отвлекающих моментов, к которым следует отнести постоянное вмешательство третьих лиц в разговор участников диалога, вынужденные или преднамеренные паузы в ходе разговора, отвлечение от коммуникативного акта на другие дела ввиду различных обстоятельств;

4) затруднение осуществления речевого контакта, обусловленное обменом репликами в невысоком темпе, несоответствием реплик-реакций репликам-стимулам, чрезмерно эмоциональным реакциям на сообщения, неуместными шутками и др. элементами, которые могут нарушить эффективность речевой коммуникации даже при активном желании наладить взаимодействие.

**II. Сознательное или непреднамеренное нарушение одним из участников речевого взаимодействия равноправия партнёров** при осуществлении коммуникативного акта. В данной ситуации речь идёт о нарушении принципа кооперации Г.П. Грайса (см. параграф 6.2). Конкретные проявления данного фактора, приводящего к коммуникативным неудачам, заключаются в ощущаемом доминировании одного из участников общения, которое сводится к тому, что один и тот же человек в ходе разговора:

- 1) становится автором первой реплики разговора (так называемой инициальной реплики);
- 2) выбирает тему для разговора;
- 3) задаёт направление беседе;
- 4) задаёт вопросы;
- 5) позволяет себе перебивать собеседника;
- 6) не дожидается сигналов, свидетельствующих о том, что его реплика была воспринята и правильно интерпретирована.

**III. Излишняя ритуализированность речевого взаимодействия** может приводить к тому, что в ходе коммуникации в основном начинают использоваться так называемые ритуализированные реплики, в которых нивелируются основные прагматические характеристики высказывания, заключающие в себе информацию о том, кто говорит, кому адресовано сообщение, что именно говорится, почему это говорится и с какой целью. При этом сводятся на нет все усилия проявить искреннее доброжелательное отношение к партнёру по беседе, поскольку на первый план выходят дежурные фразы и так называемый «набор слов» по случаю. В ходе излишне ритуализированного коммуникативного взаимодействия обычно нарушается живой характер разговора, поскольку слушающий не всегда может уловить собственную позицию говорящего и оценить его аргументацию, поскольку говорящий за подобной ритуализированностью имеет возможность скрывать свою точку зрения, выступая от лица безликого «мы».

**IV. Нарушение личного информационного пространства**, проявляющееся в том, что собеседник сознательно или непреднамеренно может позволять себе неуместное высказывание в адрес своего партнёра относительно его действий, индивидуальных характеристик, личной жизни. Подобная неуместность может быть обусловлена следующими факторами:

1) неспособностью слушающего понять направление мысли говорящего;

2) неспособностью или нежеланием собеседника уловить настроение партнёра, что характерно в первую очередь для речевого взаимодействия малознакомых людей;

3) несовпадением национально-культурных особенностей общения собеседников.

**V. Нарушение коммуникативного взаимодействия** может происходить потому, что **один из собеседников не оправдывает коммуникативные ожидания другого** ввиду низкого уровня языковой компетенции (незнание значения каких-либо слов, устойчивых выражений, прецедентных текстов).

**VI. Несовпадение подходов собеседников к коммуникативному взаимодействию**, обусловленное особенностями менталитета. Существует множество определений менталитета, которые так или иначе сводятся к тому, что под **менталитетом** следует понимать «обобщенный способ восприятия мира, манеру чувствовать и думать, характерную для людей определённой эпохи или территории»<sup>1</sup>. При этом чаще всего в исследованиях, посвящённых изучению менталитета, речь идёт о национальных особенностях восприятия действительности, которые изучаются с различных позиций: социально-философских<sup>2</sup>, аксиологических<sup>3</sup>, эпистемологических<sup>4</sup>, исторических<sup>5</sup>, культурологичес-

---

<sup>1</sup> Верченко Е.П. Типологический анализ менталитета граждан России и США в сфере делового общения: философско-культурологический аспект: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – М., 2006.

<sup>2</sup> Полежаев Д.В. Русский менталитет: опыт социально-философского анализа: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Волгоград, 2009.

<sup>3</sup> Аутлеова Ф.Т. Ценностно-смысловые ориентиры русского менталитета: социально-философский анализ: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – М., 1996.

<sup>4</sup> Марцинковская Т.Д. Русская ментальность и её отражение в науках о человеке. – М.: Агентство «Блиц», 1999.

<sup>5</sup> Зобов Р.А., Келасьев В.Н. Русский и советский менталитет // Интеллигенция и нравственность. – М., 1993. – С. 36–54.

ких<sup>1</sup>, лингвистических<sup>2</sup>, сравнительно-типологических<sup>3</sup> и др. Однако современный междисциплинарный характер научного знания даёт возможность появлению совершенно новых направлений исследования, к числу которых относится, например, анализ такого понятия, как профессиональный менталитет (на примере таких профессиональных категорий, как учитель<sup>4</sup>, курсант военных учебных заведений<sup>5</sup>, медицинский работник<sup>6</sup>, инженер<sup>7</sup>, государственный служащий<sup>8</sup> и др.). Таким образом, современные научные предпосылки позволяют говорить о формировании менталитета современного российского финансиста, отражённого в том числе и в языке, к числу особенностей которого относятся следующие моменты:

1) в своей профессиональной деятельности российский финансист не склонен к индивидуализму, а напротив стремится рассматривать себя как часть корпорации, в связи с чем вместо «я» чаще использует категорию «мы»;

2) склонность к корпоративности заставляет избегать личностных решений в ходе профессиональной деятельности и позволяет ориентироваться во многом на мнение формального или неформального лидера;

3) не сформированная в полной мере предрасположенность к решению проблемы через уступки или поиск компромисса: несмотря на то, что в современном деловом мире переговоры с взаимной готовностью к диалогу, сотрудничеству считаются единственно верной тактикой решения проблем, в российском обще-

---

<sup>1</sup> Горбунова М.Г. Диалектика язычества и православия в структуре русского менталитета: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Нижний Новгород, 2001.

<sup>2</sup> Колесов В.В. Отражение русского менталитета в слове // Человек в зеркале наук: межвуз. сборник ЛГУ; под ред. А.О. Бороноева. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1991.

<sup>3</sup> Котэ М. Некоторые особенности американского и русского менталитетов // Журнал практического психолога. – 1998. – № 7. – С. 104–119.

<sup>4</sup> Руженская З.С. Педагогические условия формирования профессионального менталитета будущего учителя: дис. ... канд. пед. наук. – Магнитогорск, 2002.

<sup>5</sup> Дерепко С.А. Формирование профессионального менталитета у курсантов военных учебных заведений: 1861–2003 гг.: дис. ... канд. пед. наук. – Кострома, 2003.

<sup>6</sup> Максимов И.И. Качество медицинской помощи и влияние профессионального менталитета медицинских работников на его непрерывное повышение: дис. ... канд. мед. наук. – М., 2004.

<sup>7</sup> Картушина И.Г. Формирование профессионального менталитета инженера по организации и управлению на транспорте: дис. ... канд. пед. наук. – Калининград, 2004.

<sup>8</sup> Ерина Н.А. Психологические особенности профессионального менталитета государственных служащих: дис. ... канд. психол. наук. – М., 1997.



стве подобное поведение ещё не стало национальной особенностью, в том числе и в среде финансистов;

4) большая зависимость от поступающей информации, которая проявляется в том, что российские финансисты до сих пор склонны верить словам, нежели конкретным действиям (вспомним слово купца, которое в XVIII–XIX веках ценилось куда больше, чем подписанные документы), в связи с чем до сих пор некоторые стереотипы и предрассудки имеют огромное влияние на современного русского делового человека;

5) отсутствие навыка длительной, сосредоточенной работы и надежда на возможность получить всё и сразу приводит к тому, что действительного успеха добивается тот, кто может преодолеть эту особенность русского национального характера;

6) предыдущая особенность является предпосылкой к формированию склонности к так называемому экстремальному поведению, которое зачастую приводит к рискованным и во многом необдуманным высказываниям, которые не содержат в себе полутонов, т.к. русский человек сразу обозначает воспринимаемые им реалии как хорошие или плохие;

7) обозначенная выше крайность мышления приводит к тому, что российский финансист как представитель русского менталитета готов к совмещению в своём сознании противоположных точек зрения, что приводит к такому феномену, как двоемыслие (особенно по наиболее насущным проблемам).

Таким образом, анализ причин коммуникативных неудач в ходе речевого взаимодействия в финансовой сфере даёт возможность выработать ряд рекомендаций, способствующих их преодолению.

1. Целенаправленная работа по повышению уровня собственной общей культуры: существуя в потоке многоплановой информации современного общества, современный человек имеет уникальную возможность – заниматься самообразованием непрерывно, в том числе и повышать собственную культуру посредством чтения книг совершенно различной тематики – от науки до культурологии.

2. Непрерывное изучение лучших речевых образцов представителей своей деловой сферы: основной педагогический принцип – учить примером, поэтому в процессе самообразования помочь может и ориентация на определённые речевые идеалы или представителей, который к этим идеалам подошли ближе всего. Чтение

различного рода автобиографий или интересных статей известных финансистов, анализ их интервью в прессе может помочь в деле собственного самосовершенствования.

3. Систематическое изучение законов общения: практическое освоение принципов эффективной речевой коммуникации невозможно без знания теоретических основ, поэтому усвоение основных постулатов и правил должно стать хорошим фундаментом развития всесторонних коммуникативных компетенций.

4. Постоянное изучение словарей, грамматик и различных учебных пособий, посвящённых языку и культуре речи.

5. Неуклонное соблюдение требований, предъявляемых к эффективной речи, к числу которых следует отнести чистоту, правильность, понятность, богатство, уместность, выразительность и др.

Рассмотрению последнего пункта будет посвящён следующий параграф.

### **7.3. Основные коммуникативные качества речи современного финансиста**

На протяжении всего времени своего профессионального самоопределения каждый человек должен работать над умением ясно, полно и чётко выражать собственные мысли, привлекать внимание слушателей своей речью, воздействовать на собеседников, владеть навыком грамотной письменной и устной коммуникации, а также культурой речи. Это становится определённой характеристикой профессиональной компетентности представителей самых разных специальностей, в том числе и финансистов, поскольку в своей работе они так или иначе по роду своих должностных обязанностей должны налаживать контакт с людьми, организовывать и направлять их работу, проводить деловые переговоры, консультировать по самым различными вопросам и т.д. Поэтому речь современного финансиста должна обладать рядом коммуникативных качеств, которые делают её более эффективной. К числу таких качеств относятся следующие: содержательность, точность, понятность, правильность, чистота, выразительность, богатство и разнообразие, уместность. Рассмотрим каждое из них более подробно.

**I. Под содержательностью речи** следует понимать уровень насыщенности её внутренним смыслом, что во многом зависит от интеллектуального развития самого говорящего. Не случайно ещё

в «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И. Даля в качестве первого и основного было зафиксировано устаревающее на сегодняшний день значение слова «смысл» – «способность понимания, постижение, разум; способность правильно судить, делать заключения»<sup>1</sup>. При этом учёный приводил в качестве иллюстративного материала следующее предложение: «Низшая степень ума и хитрости свойственна и животным, но разума и смысла нет ни в одном»<sup>2</sup> (ср. современное значение слова: «СМЫСЛ, -а (-у); м. 1. Внутреннее логическое содержание, значение чего-л., постигаемое разумом. *С. статьи. С. событий. С. слова. Прямой и переносный с. В буквальном смысле слова. В широком, полном смысле слова. Понять с. чего-л. Разъяснить с. чего-л. Вникнуть в с. скатанного. С. выступления ясен. В смысле, чего-л. (в отношении чего-л.). Во всех смыслах (во всех отношениях). 2. Разумное основание, назначение, цель. *С. жизни. В этом поступке нет смысла. Всё потеряло с. События обрели новый с. / Разг. Польза, прок: резон. Какой мне с. сейчас уезжать? Не вижу смысла в этом деле. Имеет с. этим заняться. Есть с. принять предложение. 3. Разум, разумность. Здравый с. Нет смысла в таком решении»<sup>3</sup>).**

Не случайно русская пословица говорит: «Красно поле пшеном, а беседа умом». Содержательная беседа, интересная лекция или выступление, наполненные глубоким смыслом романы, статьи не только доставляют слушающему и читающему удовольствие, но и обогащают новыми знаниями и заставляют размышлять, т.е. помогают развиваться и самосовершенствоваться. К пустым, несодержательным беседам наши предки относились с определённой долей иронии и осуждения, о чём свидетельствуют следующие пословицы и поговорки: «Говорит день до вечера, а послушать нечего», «Из пустого в порожнее переливать», «Много наговорено, да мало сказано», «Наговорили, что наварили, а глянь – ан нет ничего».

Чтобы наполнить собственную речь смыслом, сделать её более информативной и содержательной, дающей слушателям пищу для размышления, а также привлекающей их внимание к предмету разговора, готовясь к общению, финансист должен проработать следующие вопросы:

---

<sup>1</sup> Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. – М.: Русский язык, 1978.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2000. – С. 1220.

- какие положения в процессе разговора будут развиты наиболее подробно и почему;
- что нового внесёт каждый из участников беседы в решение обсуждаемого вопроса;
- какие из аспектов обсуждаемой проблемы останутся спорными и потребуют от партнёров дальнейших размышлений;
- насколько высказываемые собеседниками в ходе разговора мысли будут аргументированы;
- каковы позиции говорящего и слушающего по данному вопросу.

**II. Под точностью** чаще всего понимают такое коммуникативное качество речи, которое связывается с умением верно употреблять слова. Точность словоупотребления зависит от множества факторов, к которым прежде всего относится знание говорящим предмета речи, его эрудированность, умение логически мыслить, знание законов и правил построения речи.

В этой связи выделяются следующие разновидности речевой точности:

- 1) логическая точность, которая связана с умением логически мыслить;
- 2) предметная точность, которая обуславливается глубоким знанием о том, что говорится (о предмете речи);
- 3) понятийная точность, определяемая знанием значения слов, которые употребляются в речи.

Рассмотрим эти разновидности более подробно.

### 1. Логическая точность речи.

Каждый профессионал должен иметь представление о понятии, суждении и умозаключении, поскольку они являются основными единицами человеческого мышления:

- *понятие*, трактуемое как «форма обобщения предметов и явлений»<sup>1</sup>, в языке выражается словом;
- *суждение*, «в котором нечто утверждается или отрицается об объектах»<sup>2</sup>, выражается в форме предложения (чаще всего простого);

<sup>1</sup> Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Республика, 2001. – С. 437.

<sup>2</sup> Там же. С. 548.

• *умозаключение*, представляющее собой рассуждение, в ходе которого из одного или нескольких суждений выводится новое суждение<sup>1</sup>, в языке реализуется чаще всего в сложном предложении.

Точная речь должна базироваться на основных законах логики, к числу которых относятся следующие:

1) *закон тождества*, согласно которому в процессе рассуждения каждое осмысленное выражение (понятие, суждение) должно употребляться в одном и том же смысле<sup>2</sup>. В процессе речевой коммуникации финансист не должен допускать подмены понятий, поскольку это может привести к определённого рода коммуникативным неудачам. При этом следует следить и за тем, чтобы собеседник не подменял понятия и тезисы в ходе общения, что может обеспечить эффективное взаимодействие;

2) *закон противоречия*, «согласно которому не могут быть одновременно истинными некоторое предположение и его отрицание»<sup>3</sup>;

3) *закон исключённого третьего*, базирующийся на том, что из двух высказываний – таких, когда одно отрицает то, что утверждается другим, – одно непременно истинно<sup>4</sup>.

Второй и третий закон логики определяют тот факт, что речь финансиста должна быть непротиворечивой, поскольку зачастую его основная задача – договориться (о заключении договора, сделки, о сотрудничестве и пр.), а договариваться с человеком, одни мысли которого противоречат другим, серьёзные партнёры вряд ли захотят;

4) *закон достаточного основания*, который основывается на том, что положение считается истинным только в том случае, если для него может быть сформулировано достаточное основание<sup>5</sup>. В деловом мире человек, который даёт пустые обещания, выдвигает необоснованные доводы, пользуется недостоверными данными, не может снискать хорошей репутации.

2. Предметная точность предполагает глубокое знание говорящим специфики того, о чём он планирует говорить со слушающим. К современному финансисту предъявляются достаточно вы-

---

<sup>1</sup> Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Республика, 2001. – С. 586.

<sup>2</sup> Там же. – С. 570.

<sup>3</sup> Там же. – С. 472.

<sup>4</sup> Там же. – С. 220.

<sup>5</sup> Там же. – С. 168.

сокие требования, которые заключаются в том, что, будучи компетентным в своей сфере, профессионал должен разбираться в ряде смежных вопросов, а также иметь богатый культурологический фон, под которым следует понимать комплекс знаний из различных сфер человеческой деятельности, определяющий широту кругозора человека, а также уровень его общей образованности.

3. Понятийная точность предполагает предварительный и вдумчивый поиск говорящим именно тех языковых средств, которых требует предстоящий коммуникативный акт, которые являются важнейшим условием создания грамотного устного и письменного высказывания. Чаще всего понятийная точность нарушается в том случае, когда говорящий в недостаточной степени знает особенности языка. К наиболее типичным ошибкам в данной ситуации относятся следующие:

- употребление лексических единиц в значении, которое им не свойственно: каждому знаменательному слову в русском языке свойственная номинативная функция, которая проявляется в том, что эти слова называют предмет или обозначают его качество, состояние, действие, что, разумеется, ставит перед адресантом задачу внимательно относиться к значениям слов и использовать их правильно;

- многозначность, которая не устранена говорящим даже в контексте высказывания, может породить двусмысленность, а такое невнимательное отношение к языку может привести к нарушению речевого этикета и как следствие – недопониманию, неверным выводам со стороны адресата, а иногда даже к конфликту;

- смешение паронимов (ср. такие слова, как *кредитный* и *кредиторский*, *экономический* и *экономичный*, *финансовый* и *финансистский* и др.);

- не устранённая контекстом омонимия слов (ср., напр., словосочетание *Закон об упразднении транспортных судов*<sup>1</sup>, которое не вносит ясности, о чём идёт речь: о судах или суднах) и синтаксических конструкций (ср., напр., предложение *Назначение руководителя коллективу показалось неудачным*, из которого не ясно, назначили руководителя или руководитель осуществил назначение).

---

<sup>1</sup> Справочник по законодательству для работников органов прокуратуры, суда и министерства внутренних дел. Т. 1. – М.: Юридическая литература, 1971.

III. Среди требований, которые в современном коммуникативном пространстве предъявляются к речи говорящего или пишущего, особое место занимает критерий **понятности**. Выдающийся российский законодатель, дипломат и политический деятель М.М. Сперанский (1772–1839) в «Правилах высокого красноречия» не зря отмечал, что говорить так, чтобы это было непонятно окружающим, «есть нелепость, превосходящая все меры нелепостей»<sup>1</sup>. Соответствие данному критерию имеет большое значение, поскольку этот аспект напрямую связан с уровнем эффективности и действенности произносимой речи.

Как отмечают учёные, общепонятность национального литературного языка обуславливается в первую очередь отбором лексических единиц. Иными словами, литературная речь доступна всем, говорящим на данном языке, потому что она характеризуется ограниченным использованием слов, которые находятся на периферии лексического состава языка.

Огромный словарный запас русского языка с точки зрения сферы употребления учёные разделяют на две большие группы, одна из которых включает **нейтральную лексику**, которая не ограничена никакой сферой употребления и состоит из общеупотребительных, понятных для всех слов, в то время как вторая группа включает **лексику ограниченного употребления**, в которую входят единицы, использующиеся преимущественно в какой-то определённой сфере – территориальной, социальной, профессиональной.

Нейтральная лексика, или **лекси́ка неограниченной сферы употребления**, включает в свой состав общеупотребительные слова, которые на определённом историческом этапе должны быть понятны большинству рядовых носителей языка во всех случаях, ср., напр.: *врач, город, луна, любовь, мороз, птица, сад, семья, сила, тетрадь, хлеб, школьник* и др. Словарный фонд общеупотребительной лексики русского языка огромен и включает большинство слов всех частей речи, что и делает нашу речь понятной для любого человека, который говорит на русском языке.

---

<sup>1</sup> Цит. по: «И потомство отдаст ему справедливость...» Михаил Михайлович Сперанский: взгляд из XXI века. Научно-популярное издание. – Владимир: Изд-во ВГГУ, 2011. – С. 175.

Гораздо сложнее обстоит дело с восприятием **лексики ограниченной сферы употребления**, которая требует более вдумчивого и избирательного употребления, что, впрочем, не означает необходимости совершенно исключить её из речи. Эта группа слов включает лексические единицы, которые используются на какой-либо ограниченной территории (диалектизмы), в речи определённой профессиональной (профессионализмы, термины) или социальной (сленг, жаргонизмы) категории людей (об особенностях финансовой лексики современного русского языка с точки зрения её социально-диалектного состава (сферы употребления) см. параграф 3.2).

Безусловно, если коммуникативный акт протекает в сугубо профессиональной среде, среди представителей какого-то одного рода занятий, то использование в речи общепринятых терминов и даже профессионализмов вполне оправдано и, как правило, не выходит за рамки норм речевого этикета. Однако если говорящий не уверен, что адресат знаком со специальными словами, которые он использует, лучше всего истолковать и раскрыть значения слов, которые не являются общеупотребительными.

При этом диалектные слова, а уж тем более сленг, арготизмы или жаргонизмы в большинстве случаев недопустимы в речи. Подобные единицы ограниченной сферы употребления могут быть использованы в речи, только если это необходимо для достижения определённой коммуникативной цели, к примеру, в качестве средства выразительности, однако делать это необходимо весьма осторожно и только в том случае, если говорящий точно осознаёт целесообразность и уместность употребления таких единиц каждой конкретной речевой ситуации.

**IV. Правильность речи** предполагает, что говорящий должен соблюдать общепринятые, упорядоченные и устойчивые установки, принципы и правила, которые определяют характер употребления в речи всех средств русского языка. Таким образом, можно сказать, что под правильностью понимают следование нормам русского литературного языка. Правильность делает равными всех говорящих на языке и тем самым способствует незатруднённости и всеобщности коммуникативного взаимодействия. Вместе с тем критерий правильности речи становится показателем престижно-



сти, поскольку владение нормами устной и письменной речи обнаруживает не только высокий уровень культуры речи участников общения, но и общий культурный статус, свидетельствующий об уважении к родному языку и культуре в целом.

Именно правильность речи становится фундаментом личностного культурного роста личности, основной его индивидуальной культуры речи личности, однако не ограничивает её жёсткими рамками. Соответствие высказывания нормам литературного языка всегда обуславливается ситуативными эстетическими и этическими факторами, действие которых может определить момент, когда правильность уступает место неправильности, что, например, иногда встречается в тексте художественного произведения для характеристики речи персонажа или в тех случаях, когда преднамеренно используется приём языковой игры (о феномене языковой игры в финансовой сфере более подробно см. в параграфе 5.3).

**V. Чистота** как коммуникативное качество речи предполагает отсутствие в ней слов-паразитов, слов-сорняков, лишних слов и других примеров лексической и грамматической избыточности. Стоит отметить, что в языке сами по себе не существуют слова, которые можно было бы назвать паразитами, таковыми подобные единицы становятся в речи, если говорящий часто и неуместно их употребляет.

К сожалению, многие носители языка активно и во многом бездумно снабжают свою речь такими словами, как *видите ли, вот, да, значит, понимаете, понятно, собственно говоря, так сказать, так* и др., что, безусловно, не может производить приятное впечатление, ведь слова-паразиты, слова-сорняки, лишние слова не обладают какой-либо смысловой нагрузкой, не несут никакого информативного значения, а исключительно засоряют речь коммуниканта, затрудняют процесс её восприятия и интерпретации, отвлекают внимание от сути сообщаемого. Кроме того, как отмечают специалисты, так называемые слова-паразиты психологически действуют на адресата, который непроизвольно начинает концентрироваться на этом, порой переходя на подсчёт количества подобных единиц в устном выступлении говорящего.

Наличие подобных слов в речи обуславливается рядом факторов:

- 1) волнение в процессе речевого взаимодействия;
- 2) несформированное умение излагать собственные мысли публично;
- 3) отсутствие навыка точно подбирать наиболее адекватные языковые средства для словесного оформления собственных мыслей;
- 4) бедность активного словарного запаса говорящего.

Первые три фактора устраняются непрерывной практикой публичного и делового общения, а четвёртая причина должна исправляться только постоянным процессом самообразования (чтение, изучение лучших образцов письменной и устной речи и др.).

**VI. Выразительность речи.** Коммуникативный опыт человечества на протяжении всего времени его существования даёт основания утверждать, что специфика нашей речи, её свойства и структура способны будить чувства, эмоции и мысли людей, удерживать внимание, а также вызывать интерес к тому, что написано или сказано устно. Всё это было бы невозможно, если бы речевая структура человеческого общения не была бы выразительной.

Под выразительностью речи как её коммуникативным качеством понимают такие особенности речевой структуры, которые способствуют поддержанию внимания к тому, что говорится, и формированию устойчивого интереса у адресанта, а речь, которая обладает такими особенностями, называют выразительной.

К основаниям, предполагающим возможность существования выразительной речи, специалисты относят следующие факторы:

- 1) характер ситуации речевого взаимодействия: безусловно, выразительность политической речи государственного деятеля будет во многом отличаться от характера выразительности речи учителя;
- 2) структурные особенности языка: выразительность речи может создаваться средствами различных языковых уровней, поэтому учёные говорят о существовании произносительной, акцентологической, лексической, словообразовательной или синтаксической выразительности.

Выразительность как коммуникативное качество речи не даётся человеку само по себе, его можно и нужно формировать и совершенствовать. Так, приведём в качестве примера следующие условия, соблюдение которых может помочь современному финансисту сделать свою речь более выразительной:

1) самостоятельность мышления говорящего: если адресант мыслит по шаблону и стандарту, сложно говорить о выразительности его речи;

2) интерес говорящего к тому, о чём он пишет или говорит, внимание к тому, что он пишет или говорит, и неравнодушие к тем, для кого он пишет или говорит;

3) знание языка, его структурных особенностей, специфики использования выразительных языковых средств, в связи с чем современному финансисту необходимо и широкое лингвистическое просвещение: при осуществлении речевого взаимодействия он должен иметь представление о выразительных возможностях отдельных сочетаний звуков в русском языке, о характере интонационного оформления речи и его влиянии на её выразительность, о специфике выразительных возможностей отдельных слов, словосочетаний, словообразовательных моделей и синтаксических конструкций;

4) знание особенностей и свойств стилей русского языка, поскольку стилевые особенности определяют специфику использования отдельных групп слов и языковых средств, которые, таким образом, становятся стилистически окрашенными, что ставит перед говорящим задачу правильного выбора именно тех средств выразительности, которые приемлемы именно в этом языковом стиле и будут способствовать усилению воздействующей силы его речи;

5) осознанная и регулярная тренировка навыков речевого общения: современный финансист должен уметь контролировать свою речь, анализировать её особенности, выделять, в каких моментах она характеризуется выразительностью, а в каких – шаблонностью.

**VII. Богатство и разнообразие речи** в большей степени определяется тем, осознаёт ли говорящий или слушающий разнообразие языковых средств родного языка, которое он может использовать, его богатство и самобытность.

Когда мы говорим о богатстве любого национального языка, то в первую очередь имеем в виду богатство его словарного состава. Уровень лексического запаса русского языка отражён в различного рода лексикографических справочниках: словарях и тезаурусах. Так, согласно некоторым исследованиям, «Словарь церковнославянского и русского языка», изданный в 1847 году, содержит около 115 тыс. слов. В.И. Даль включил в «Толковый словарь живого великорусского языка» более 200 тыс. слов, Д.Н. Ушаков в «Толковый словарь русского языка» – около 90 тыс. слов»<sup>1</sup>.

Возникает вопрос: должен ли современный человек знать и употреблять все эти слова и каким должен быть его лексический запас? Ответить на данный вопрос однозначно весьма затруднительно: часть исследователей полагает, что активный словарный запас современного человека в большинстве случаев не превышает 7–9 тыс. разных слов, в то время как, по подсчётам других, он насчитывает 11–13 тыс. слов<sup>2</sup>. При этом «Словарь языка Пушкина», содержащий используемые поэтом слова, содержит более 20 тыс. слов<sup>3</sup>.

Сложно не согласиться с тем мнением, что современному человеку необходимо иметь такой запас слов, который будет достаточным, чтобы он мог ясно и точно выражать собственные мысли. Причём не следует забывать о необходимости заботиться о пополнении этого индивидуального лексического словаря, стараться использовать богатства родного языка в различных ситуациях.

**VIII. Под уместностью** понимается такое качество речи, которое обуславливается соотношением цели коммуникации и речи, речи и ситуации общения, речи и специфики адресата. Иными словами, уместность представляет собой внешнюю и внутреннюю (содержательную) согласованность того, что говорится, с целью и условиями коммуникативного взаимодействия. Уместность является функциональным качеством речи, т.е. определённое средство языка должно рассматриваться не само по себе, отдельно, а в контексте его функционирования в определённых условиях общения.

---

<sup>1</sup> Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Катаева. 12-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – С. 109.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Словарь языка Пушкина: в 4 т. / отв. ред. акад. АН СССР В.В. Виноградов. – 2-е изд., доп. / РАН. Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. – М.: Азбуковник, 2000.

Таким образом, уместность предполагает гибкое отношение к языку, умелое приспособление к коммуникативным задачам.

Учёные по-разному трактуют **уместность** как коммуникативное качество речи. В широком смысле под **уместностью понимаются** соблюдение определённых этических норм речевой коммуникации, соответствие речи основным условиям ситуации общения, в связи с чем такую разновидность проявления данного коммуникативного качества определяют как **уместность ситуативную**. Вполне очевидно, что существует множество вариантов коммуникативных ситуаций, следовательно, и возможностей проявления ситуативной уместности либо, наоборот, неуместности немало. Так, к примеру, неуместной может считаться громкая речь, если это создаёт неудобство для других людей, в то время как в публичном выступлении громкая речь является чуть ли не обязательным моментом.

Существует определение **уместности** и в узком смысле, которое заключается в том, что под этим качеством понимается целесообразность использования того или иного средства языка в конкретном высказывании, т.е. в тексте, в связи с чем эту разновидность **уместности** называют **текстовой**. Текстовая уместность в первую очередь связана с выбором жанра речи, который будет соответствовать цели и условиям коммуникативного взаимодействия, поскольку каждый жанр предполагает соответствие какому-либо функциональному стилю языка, а значит, специфическое стилевое языковое оформление. Не стоит забывать при этом о том, что языковые стили не могут существовать изолированно друг от друга: в речи в рамках одного текста они могут смешиваться. Так, например, элементы разговорного стиля всё чаще проникают в публицистический, научный и даже официально-деловой стиль, не говоря уже о художественной речи, где такие вкрапления являются средством создания образа. При этом важнейшим условием употребления подобных иностилевых включений является мотивированность их использования.

Таким образом, все обозначенные коммуникативные качества речи современного финансиста охватывают три аспекта коммуникативного взаимодействия: что говорится? как говорится? зачем говорится? (рисунок 7.1).

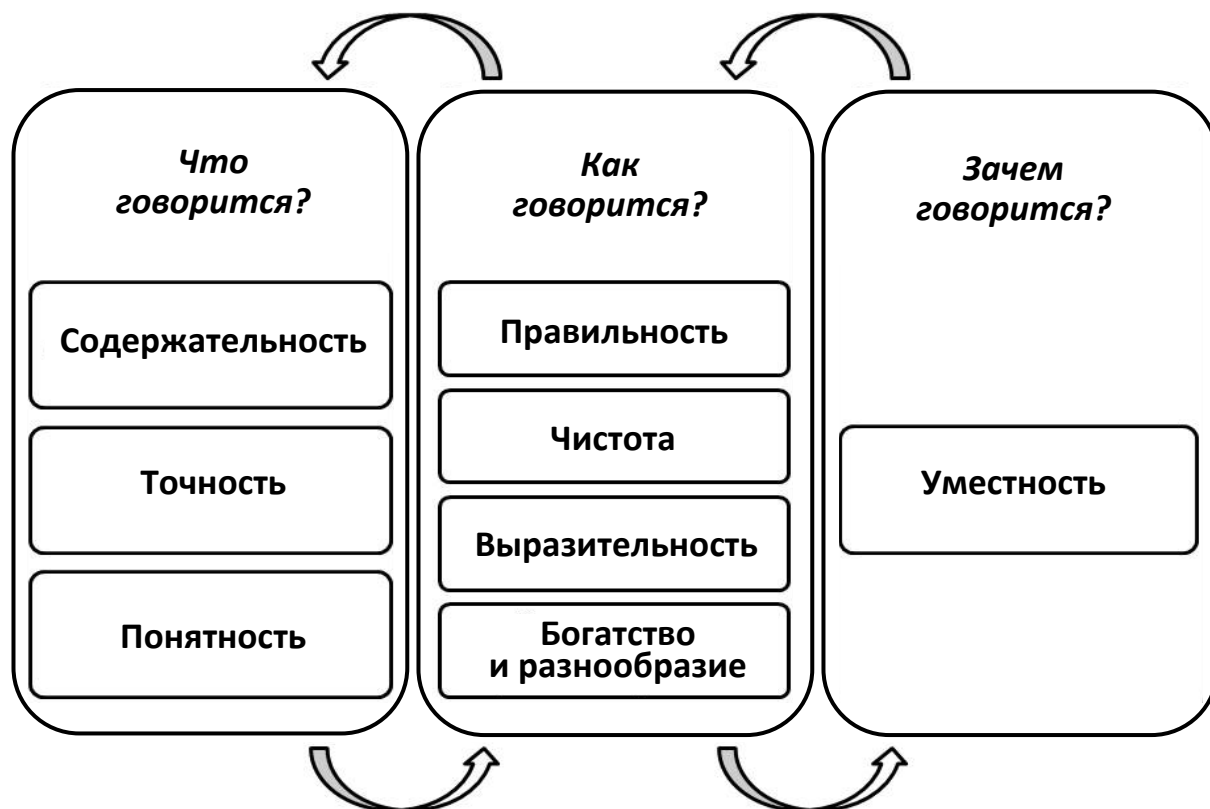


Рисунок 7.1 – Коммуникативные качества речи современного финансиста

## **ВЫВОДЫ**

1. Будучи весьма многоплановым термином, коммуникация по-разному трактуется различными исследователями в области гуманитарных и социально-психологических наук: в социологии под **коммуникацией** понимается социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам с помощью разных средств коммуникации; в психологии трактовка **коммуникации** ограничивается исследованиями смысловых аспектов социального взаимодействия.

2. **Коммуникативная роль** представляет собой сложный лингвистический феномен, который ориентирован на активацию определённого компонента в языковом сознании участников общения в соответствии с двумя группами факторов – статических факторов и факторов ролевой динамизации. К первой группе относятся факторы, которые представляют собой неизменные или изменяющиеся в течение длительного периода характеристики, к которым чаще всего относят различные особенности коммуникативной ситуации: **социальные** (социальный статус говорящего и слушающего, тип социальных отношений в той социальной группе, в которой протекает

коммуникация), **культурные** (традиции культурного, национального и религиозного характера), **личные факторы** (возраст, пол, психологический тип). Ко второй группе относятся **факторы ролевой динамизации**, которые включают специфику встречной роли участника процесса коммуникации, особенности коммуникативного поведения собеседника, характеристики локального контекста, внелингвистические ситуативные факторы, влияющие на ход общения.

**3. Коммуникативная роль** включает в себя две главные составляющие: 1) **ментальную**, которая определяется процессом осмысления участниками общения своей коммуникативной роли; 2) **поведенческую**, в состав которой входят отдельные элементы так называемого «исполнения» участником его коммуникативной роли.

**4.** К основным особенностям **коммуникативных ролей** относятся стереотипность и ожидаемость взаимных прав и обязанностей, стереотипность сценариев коммуникативного поведения, заданность социопсихологическими характеристиками участников (психологическим типом, социальным статусом, возрастным, гендерным и другими факторами) коммуникативного процесса.

**5. Коммуникативные роли** современного финансиста могут быть выделены на основе принадлежности коммуникантов к той или иной социально-профессиональной группе, на основе статусно-иерархических показателей и ситуативно-целевой задачи. Социально-профессиональная роль финансиста предполагает его определённое коммуникативное поведение, поскольку он выступает в социальной роли делового коммуниканта. Статусно-иерархическая роль современного финансиста предполагает учёт в анализе коммуникативной ситуации социального статуса говорящих, т.е. их место в современном обществе, которое является результатом взаимодействия множества факторов, к числу которых относится профессиональная деятельность коммуникантов, их пол, возраст, образование, национальное и региональное происхождение личности, так как сама природа их деятельности обуславливает национальную пестроту этой группы. **Ситуативные роли** определяются тем, какая коммуникативная задача стоит перед участниками общения: изложить просьбу, предъявить требование, защитить свою позицию, задать вопрос, обозначить призыв и др.

**6.** Речевое взаимодействие в любой профессиональной сфере формируется под воздействием различных факторов, игнорирование которых может приводить к различного рода коммуникативным неудачам. К **причинам коммуникативных** неудач следует

отнести: 1) некомфортную коммуникативную среду (общение при посторонних лицах, недостаточная степень знакомства, наличие ряда отвлекающих моментов и др.); 2) сознательное или непреднамеренное нарушение одним из участников речевого взаимодействия равноправия партнёров; 3) излишняя ритуализированность речевого взаимодействия; 4) нарушение личного информационного пространства; 5) нарушение коммуникативных ожиданий собеседника; 6) несовпадение подходов собеседников к коммуникативному взаимодействию, обусловленное особенностями менталитета.

7. Преодоление коммуникативных неудач в ходе речевого взаимодействия в финансовой сфере может осуществляться за счёт 1) целенаправленной работы по повышению уровня собственной общей культуры; 2) непрерывного изучения лучших речевых образцов представителей своей деловой сферы; 3) систематического изучения законов общения; 4) постоянного изучения словарей, грамматик и различных учебных пособий, посвящённых языку и культуре речи; 5) неуклонного соблюдения требований, предъявляемых к эффективной речи.

8. К числу основных коммуникативных качеств речи современного финансиста, которые делают её более эффективной, относятся содержательность, точность, понятность, правильность, чистота, выразительность, богатство и разнообразие, уместность, которые охватывают три аспекта коммуникативного взаимодействия: что говорится? как говорится? зачем говорится?

### → КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Что понимается под термином коммуникация?
2. В чём разница между социальной и коммуникативной ролью?
3. Какие факторы влияют на специфику коммуникативной роли в процессе речевого общения современного финансиста?
4. Какие разновидности коммуникативных ролей современного финансиста выделяются в современной науке?
5. Каковы причины коммуникативных неудач в речи современного финансиста?
6. Перечислите пути преодоления коммуникативных неудач в процессе речевого взаимодействия.
7. Какими качествами должна обладать эффективная речь современного финансиста?



## → ЗАДАНИЯ

1. Проанализируйте свой день и перечислите ваши коммуникативные роли. Проанализируйте их по следующему плану:

- 1) разновидность;
- 2) факторы формирования;
- 3) особенности речевого поведения в данной роли.

2. Проанализируйте отрывок из повести И. Грековой «Кафедра».

*Для профессора Завалишина Дарья Степановна была загадкой. Скопище парадоксов, домашний сфинкс. Вера в науку – и презрение к ней. Разговоры о деньгах – и бескорыстие. Уважение к слову слышимому, произнесенному – и презрение к печатному, писаному. Книг не читала. Если он, уходя, оставлял ей записку, обижалась: «А что, сказать вас убудет?» Над странностями этой психологии Энэн размышлял усердно, но безуспешно.*

*Может быть, идти через пристрастия, систему ценностей? Здесь, по крайней мере, всё было ясно. Главной ценностью в жизни Дарьи Степановны, главным её стержнем и страстью был телевизор. Предмет культа, кубический бог. Не возвращаемся ли мы через телевизор к первобытному язычеству, из которого нас насильственно вывело крещение Руси?*

*Служа своему культу, Дарья Степановна долгими часами сидела перед телевизором, устремив к экрану красивое внимательное лицо. Перламутровые волосы отливали голубизной. Они ещё глаже, нос ещё строже обычного. Смотрела она всё подряд: спектакли, цирк, торжественные собрания, концерты, новости, спорт. Не одно фигурное катание, как многие женщины, но и бокс, хоккей, футбол. Больше всего любила передачу «Человек и закон». Невнимание профессора к этому зрелищу понять не могла, осуждала:*

*– Всё с книжками да с книжками, вот и прозевали. Про шпану передача шестнадцать тридцать. Жене восемь лет, наточил ножик – раз! её в реанимацию, три часа, умерла.*

*– Восемь лет жене? – с ужасом спрашивал Энэн.*

*– Всё вы понимаете, слушать не хотите. Не жене, а ему восемь лет. Мало. Я бы больше дала. Он восемь и не просидит, выйдет, а её уж нет. Круг, по подъездам ходит.*

*Круг, ходящий по подъездам, даже для привычного восприятия был непостижим.*

– Какой круг?

– Будто не понимаете! Ножик точить. Вы что, в подъезде не видели?

Жик-жик, искры. Сам точил. Вот она какая, шпана, без никакого закона, а ещё «Человек и закон». Бритый под машинку, зарос, пуговицы косые. Она: «Раскаиваетесь?» – а он и глаза опустил, совесть перед народом. Костюмчик-кримплен, плечики подложены, бровь дугой.

– Это у кого? – нечаянно спрашивал Энэн, ещё не пришедший в себя после восьмилетней жены. Как-то не вязались у него в один образ косые пуговицы и костюмчик-кримплен.

– Ясно, судьба. Не жена из могилы встала. Какие-то вы странные, всё в насмешку. Не буду рассказывать.

– Дарья Степановна, не сердитесь, я и в самом деле не понял.

– Только манеру делаете.

Каковы причины коммуникативной неудачи в процессе общения героев?

3. Проанализируйте одно из интервью министра финансов, размещённое на сайте Министерства финансов РФ (<http://minfin.ru/>), на предмет соответствия основным качествам речи современного финансиста. Какой вывод вы можете сделать?

## → ТЕСТЫ

1. Что из перечисленного не относится к статическим факторам специфики коммуникативной роли:

- а) социальные факторы;
- б) культурные факторы;
- в) личные факторы;
- г) характеристики локального контекста.

2. Что из перечисленного не относится к группе факторов ролевой динамизации:

- а) специфика встречной роли участника процесса коммуникации;
- б) особенности коммуникативного поведения собеседника;
- в) характеристики локального контекста;
- г) культурные факторы, включающие разного рода традиции, в том числе культурного, национального и религиозного характера.

3. Какая из перечисленных ролей определяется по следующим признакам: род занятий, образование, позиция в обществе, материальный уровень?

- а) социально-профессиональная коммуникативная роль;
- б) социальная роль;
- в) статусно-иерархическая роль;
- г) ситуативная роль.

4. Какой из этих типов не выделяет Н.Ю. Чигридова, анализируя статусно-иерархические роли с учётом параметра «позиция на фирме»:

- а) руководители;
- б) представители менеджмента высшего звена;
- в) менеджеры среднего звена и свободные предприниматели;
- г) маргиналы.

5. Факторами формирования какой причины коммуникативных неудач является общение при посторонних лицах, недостаточная степень знакомства, наличие ряда отвлекающих моментов:

- а) некомфортная коммуникативная среда;
- б) излишняя ритуализированность речевого взаимодействия;
- в) нарушение личного информационного пространства;
- г) несовпадение подходов собеседников к коммуникативному взаимодействию.

6. Какие особенности языкового портрета современного российского финансиста не выделяются в качестве тех, которые обусловлены спецификой национального менталитета:

- а) стремление к индивидуализму;
- б) избегание личностных решений;
- в) большая зависимость от поступающей информации;
- г) отсутствие навыка длительной, сосредоточенной работы.

7. Какое из перечисленных коммуникативных качеств речи современного финансиста предполагает отсутствие в ней слов-паразитов:

- а) правильность;
- б) выразительность;
- в) чистота;
- г) уместность.

---

## Глава 8

# РИТОРИЧЕСКИЕ КАНОНЫ В РЕЧИ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА

### 8.1. Роль ораторского мастерства в работе финансиста

Умение доступно, красиво и убедительно говорить в современном мире необходимо практически каждому, особенно тем, чья деятельность связана с общением с другими людьми. Все мы в какой-то момент своей жизни выступаем публично (с отчётом перед начальством, с поздравлением на торжестве, с рассказом друзьям и т.д.), и все мы в той или иной степени владеем хотя бы азами искусства публичного выступления. Для того чтобы повысить уровень своего мастерства в этом направлении, необходимо много времени уделять совершенствованию навыка ораторской речи.

Особенно важным ораторское искусство является в деятельности финансистов. Специфика процесса коммуникации современного финансиста во многом определяется особенностями его профессиональной деятельности, в которой возрастает интенсивность речевого взаимодействия, что, безусловно, требует от специалиста в сфере экономики достаточно высокого уровня культуры речи. Уровень коммуникативной культуры современного финансиста определяется степенью владения нормами устной и письменной речи; развитостью навыка использования адекватных коммуникативным задачам и речевой ситуации языковых средств; способностью воспринимать речь не только как инструмент воздействия на партнёра, но и как фактор налаживания взаимодействия с собеседником, как способ формирования креативного отношения к работе в коллективе.

Участие в разнообразных деловых встречах, семинарах, симпозиумах, форумах, организация проведения деловых совещаний, обсуждений и переговоров являются важнейшим компонентом профессиональной деятельности современного финансиста. Зачастую финансист должен не только организовывать деловые встречи и

переговоры, но и выступать с публичной речью перед аудиторией, как малой, так и большой. При этом порой можно наблюдать ситуацию, когда успешные финансисты, вплоть до руководителей, несмотря на достаточно высокий профессиональный статус, весьма успешный и длительный опыт работы, стремятся к тому, чтобы избежать публичного выступления, в основном предпочитая индивидуальное общение с сотрудниками или обращение к представителям различных структур через промежуточные инстанции.

Большинство людей рассматривает любое выступление перед аудиторией как непростую задачу, поскольку им бывает непросто преодолеть чувство неловкости, страха и трепета перед аудиторией.

Среди причин психоэмоциональных изменений в человеке, когда ему поручают подготовиться к выступлению, следует выделить следующие:

1. Для большинства разговор с приятелем считается нормальным времяпрепровождением, при этом подобный же разговор на аналогичную тему, осуществляемый перед аудиторией, представляется чем-то неестественным и вызывает большое эмоциональное напряжение.

2. В повседневной обстановке, принимая участие в каком-либо разговоре, мы не так часто чувствуем давление, которое может оказывать на нас атмосфера или окружающие люди. Это обусловлено тем, что мы знаем, что в любой момент времени в случае возникновения затруднительного момента у нас есть возможность отказаться от продолжения беседы и тем самым обезопасить себя, сняв любую ответственность. Такая свобода в выборе длительности разговора позволяет нам сосредоточиться на самом важном – процессе передаче своих мыслей. Несколько по-другому обстоит дело, когда нам приходится предстать перед аудиторией, какой бы она ни была: большой или маленькой, доброжелательной или негативно настроенной по отношению к нам. Находясь перед слушателями, выступающий прекрасно понимает, что он обязан произнести свою речь до конца, что только на нём лежит полная ответственность за исход встречи с аудиторией.

3. В процессе разговора по реакции на ваши слова, по выражению лиц и ответным репликам вы имеете возможность сразу же оценить тот эффект, который производят ваши слова на собеседников, в то время как, обращаясь с речью к аудитории, этого эффекта можно не заметить, поскольку в ответ оратор, как правило,

получает молчание, поскольку в большинстве случаев при ораторском выступлении не принято сразу же открыто высказываться по поводу его содержания.

Все эти причины обуславливают необходимость знания тех факторов, которые оказывают влияние на коммуникативный процесс, умения использовать ораторские приёмы, а также всестороннего изучения принципов и правил построения ораторской речи.

Публичное устное выступление играет особую роль в профессиональной деятельности современного финансиста, что обусловлено тем, что оно характеризуется рядом признаков, которые в значительной степени отсутствуют у других форм взаимодействия с людьми и к которым относятся следующие:

1) публичное выступление в финансовой сфере предполагает живое общение оратора и слушателей;

2) ораторская речь современного финансиста предполагает широкие возможности использования всевозможных способностей аудитории;

3) выступление перед аудиторией во многом носит оперативный характер;

4) устное выступление современного финансиста перед публикой характеризуется необходимостью творческого подхода к его подготовке;

5) публичное выступление в ряде случаев должно оказывать эмоциональное воздействие на слушателей.

Ораторское искусство является практически незаменимым навыком в большинстве сфер жизни современного человека. Стремление адресанта воздействовать на поведение слушателей касаются различных аспектов деятельности: склонить его к совершению покупки определённых товаров, продуктов или услуг, убедить в необходимости подписания соглашения о сотрудничестве, побудить его принять нужное решение в сфере коммерческой деятельности и т.д. Подобных коммуникативных целей в каждой конкретной речевой ситуации существует бесконечное множество, однако в любом случае речь воздействующего характера нацелена на сферу жизненных интересов адресатов, их потребностей – иными словами, на внеязыковую действительность.

Для того чтобы коммуникативное взаимодействие было эффективным, знания специфики деловой речи, особенностей лекси-

ки, грамматики официального общения, его стилистических особенностей может быть не вполне достаточно. Хорошему оратору нужно научиться использовать свою речь таким образом, чтобы она могла заинтересовать слушателей, оказать на них влияние, склонить их с собственной точки зрения, успешно взаимодействовать как с теми, кто вам симпатизирует, так и с теми, кто настроен против вас или равнодушен к теме выступления, быть готовым участвовать в беседе как перед широкой публикой, так и в узком кругу.

Эффективная деятельность современного финансиста, успех работы его организации во многом определяются тем, насколько грамотно общаются её руководители со своими сотрудниками, насколько правильным языком они ведут деловую и электронную переписку. Вряд ли можно переоценить ту роль, которую играет речевое общение руководителя, в котором можно выделить следующие жанры:

- выступление с отчётом или сообщением на совещании;
- выступление на собрании;
- беседа непринуждённого или воспитательного характера;
- инструктаж подчинённых;
- постановка профессиональных задач;
- анализ ошибок сотрудников.

Современный финансист существует в профессиональном пространстве, в котором необходимо находиться в постоянном взаимодействии с другими людьми, причём как непосредственном (с партнёрами, клиентами, подчинёнными, коллегами и пр.), так и опосредованном контакте (общение по телефону, в формате деловой переписки, по электронной почте и т.д.). Во многом именно в процессе общения с другими людьми современный финансист проводит весьма большую часть своего рабочего времени, в связи с чем он должен на достаточно высоком уровне владеть навыками публичного выступления.

Основу искусства красноречия оставляют общие принципы риторики, к которым относится подбор аргументов своей точки зрения, их грамотное распределение в структуре речи, стиль построения выступления. Ораторское искусство современного финансиста в своей основе должно иметь объективную, проверенную, систематизированную и достоверную информацию, однако одна лишь информативность публичной речи не может дать желаемого резуль-

тата, в связи с чем важное значение приобретает её эмоциональная содержательность.

Отметим также, что современный финансист, который на высоком уровне владеет ораторским мастерством, должен уметь использовать не только активную речь, которая составляет основу коммуникативного взаимодействия оратора с аудиторией, но и пассивную речь, предполагающую способность воспринимать и оценивать доводы своих коллег и подчинённых. В связи с тем, что современный финансист, как правило, работает в интерактивном режиме, т.е. в постоянном коммуникативном взаимодействии с другими людьми, он должен:

- знать специфику всех форм деловой коммуникации: публичное выступление, деловая беседа, деловой разговор, деловое совещание и деловые переговоры, дискуссия, диспут, полемика, спор, прения, торги и др.;

- уметь формулировать коммуникативные цели и задачи речевого общения;

- иметь навык убедительно доказывать собственную точку зрения, чётко аргументировать свою позицию, ненавязчиво убеждать в своей правоте, мягко критиковать и деликатно опровергать чужую позицию, достигать компромиссов, вносить корректировки в поведение собеседника и т.д.;

- владеть основными нормами речевого и служебного этикета.

Таким образом, свободное владение современным финансистом навыком публичного выступления является в определённой мере показателем его профессионализма. Действительно грамотного финансиста отличает ясность и глубина мысли, аргументированность и логичность его речи, способность в нужный момент находить самые точные слова для передачи собственных мыслей, умение грамотно формулировать свои высказывания.

## 8.2. Виды ораторской речи в финансовой сфере

Под **ораторской речью** принято понимать «разновидность устной формы литературного языка, которая находит выражение в различных типах публичных выступлений на общественно значимые темы»<sup>1</sup>. В более узком смысле ораторская речь представляет

---

<sup>1</sup> Кохтев Н.Н. Ораторская речь // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 295.



собой «устное, как правило, подготовленное выступление, следующее коммуникативно-речевой и соответствующей виду ораторской речи стилистической и композиционной нормам, с целью информирования слушателей и воздействия на них для получения оратором желаемого эффекта»<sup>1</sup>. К коммуникативно-речевым нормам относятся принятые в практике и регламентированные правилами произносительные, лексические, морфологические, синтаксические варианты, с помощью которых достигаются правильность речи, её чистота, точность, логичность и доступность; стилистические нормы предполагают использование в ораторской речи языковых средств, характерных для данного языкового стиля, изобразительно-выразительных средств, ведущих к стилистической целесообразности речи, её богатству; композиционные нормы включают в себя систему смысловых структур и отдельных элементов, используемых для развёртывания воздействующего на слушателя изложения, которое характеризуется смысловой и стилистической целостностью, структурной завершенностью и единством<sup>2</sup>. В учебно-методических целях мы будем использовать понятия «ораторская речь», «публичное выступление», «публичная речь» и «выступление перед аудиторией» как синонимичные дефиниции.

Ораторская речь имеет большое значение в деловом общении. Выступление на деловом совещании, доклад на форуме или конференции, речь на презентации – всё это жанры, которые должны быть освоены теми, кто хочет доказывать свою точку зрения, продвигать собственные идеи и вести за собой своих единомышленников. Выступление перед аудиторией даёт возможность установить эмоциональный и интеллектуальный контакт с достаточно большим количеством людей. Выступая с ораторской речью, современный финансист не только передаёт информацию, но и решает важную коммуникативную задачу, заключающуюся в необходимости сплочения коллектива вокруг значимой идеи, перспективного проекта. Кроме того, удачное выступление перед публикой может оказать положительное влияние на формирование делового имиджа современного финансиста.

Публичное выступление по своей сути является особым видом коммуникативного процесса, который характеризуется своими специфическими признаками. Рассмотрим основные из них.

---

<sup>1</sup> Кохтев Н.Н. Ораторская речь // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 295.

<sup>2</sup> Там же.

1. Ораторская речь специфична ввиду многообразия своих целевых установок, к числу которых относятся следующие:

- а) сообщить кому-либо о положении вещей;
- б) попытаться воздействовать на точку зрения кого-либо;
- в) попытаться убедить кого-либо что-то сделать;
- г) взять на себя обязательство совершить что-либо;
- д) передать своё отношение к чему-либо, высказать свои чувства и эмоции.

В большинстве случаев оратор, выступающий перед аудиторией, имеет целью передать весьма важную и социально значимую информацию. При этом, помимо передачи данной информации, говорящий должен воодушевлять слушателей, находить в них отклик, вызывать чувство благоговения, благодарности, гордости или, напротив, возмущения, неприятия или даже протеста.

2. Выступление перед аудиторией представляет собой массовое общение, т.е. взаимодействие со значительным количеством весьма разных людей, имеющих собственные убеждения, опыт и мировоззрение. Необходимым условием эффективного публичного выступления при этом становится доверие слушателей к говорящему.

3. Публичное выступление предполагает двойное сообщение: с одной стороны, оратор сообщает о предмете речи, с другой, он в то же время сообщает о себе (кто он такой, искренний ли он человек, как он относится к другим людям, насколько он компетентен, каковы его убеждения, можно ли ему доверять).

4. Выступление перед аудиторией в большинстве случаев происходит в особой атмосфере, которая характеризуется эмоциональным накалом, поскольку слушатели, а во многом и сам оратор находятся под воздействием экспрессивной силы ораторской речи. В такой обстановке управление вниманием и поведением слушателей, которых находятся под влиянием эмоций, оказывается весьма затруднительным, да и сам оратор, особенно начинающий и имеющий мало опыта публичного выступления, охвачен состоянием взволнованности и эмоциональной неустойчивости.

Существуют различные классификации ораторской речи. Мы остановимся на типологии публичных выступлений с точки зрения их целевой направленности. Каждый оратор выступает перед аудиторией с речью, преследуя определённую цель, в связи с чем специалисты выделяют следующие типы публичных речей: информаци-

онная, аргументирующая, эпидейктическая (торжественная). Безусловно, цели каждого конкретного выступления в определённых условиях могут пересекаться, однако чаще всего существует одна преобладающая, стратегическая.

### **1. Информационная (информирующая) речь**

Целью этой разновидности публичной речи является сообщение сведений, информации аудитории. Главная задача оратора при этом – заинтересовать слушателей. При этом считается, что информационная речь является самой простой для оратора.

К основным жанрам информационной речи относятся:

- лекция;
- монолог учителя;
- научный или деловой доклад;
- отчёт;
- объявление о предстоящем событии;
- сообщение инструкции.

Чтобы иметь успех в информационной речи, оратор должен соблюдать ряд следующих рекомендаций:

- 1) необходимо продемонстрировать нерешенные вопросы;
- 2) в информационной речи не должно содержаться спорных фактов;
- 3) информационная речь должна пробуждать в слушателях любознательность, вызывать интерес;
- 4) оратору необходимо дать исчерпывающую информацию по теме выступления;
- 5) информация должна быть актуальной для данной аудитории;
- 6) информационная речь должна содержать конкретные факты;
- 7) выступление должно включать не более двух-трёх разделов, пунктов плана;
- 8) информационная речь требует от оратора логически безупречной аргументации;
- 9) в ходе информационной речи оратору необходимо продемонстрировать причинно-следственные связи описываемых им процессов, событий или явлений.

### **2. Аргументирующая речь**

Эта разновидность ораторской речи имеет целью сформировать у аудитории определённое мнение, нужное в первую очередь

оратору, убедить слушателей в чём-либо. При этом убеждать можно в правоте своего мнения, в необходимости совершения какого-либо действия, важности его продолжения или прекращения. В этой связи специалисты выделяют два вида аргументирующей речи: убеждающую и побуждающую. Рассмотрим особенности каждой из данных речей.

Основная цель *убеждающей речи* – утвердить слушателей в правоте мнения оратора или тех, от имени кого он выступает. Среди жанров этой разновидности аргументирующей речи обычно выделяют:

- а) выступление в политической или научной дискуссиях;
- б) выступление на круглом столе.

Чтобы убеждающая речь была эффективной, оратору следует обратить внимание на следующие моменты:

1) убеждающая речь должна соответствовать конкретной ситуации и быть ненавязчивой, но при этом убедительной;

2) длительность убеждающей речи в основном не должна превышать 3–5 минут;

3) при построении убеждающего выступления лучше использовать короткие фразы;

4) при произнесении убеждающей речи следует избегать экспрессивной перенасыщенности, в связи с чем специалисты советуют затрагивать такие сильные эмоции, как чувство гнева, ненависти, справедливости и несправедливости, но при этом самому не проявлять их.

В качестве примера убеждающей речи можно привести выступление Министра финансов РФ Антона Германовича Силуанова на расширенном заседании коллегии Минфина России 20.04.2016<sup>1</sup>.

Основная цель *побуждающей речи* заключается в том, чтобы убедить аудиторию в необходимости какого-либо действия, поведения. Среди жанров данной разновидности аргументирующей речи следует выделить:

- а) речь в ходе предвыборной агитации;
- б) речь на митинге;
- в) речь-протест;
- г) речь, представляющую собой прямой призыв к действию.

---

<sup>1</sup> Выступление Министра финансов Антона Силуанова на расширенном заседании коллегии Минфина России. URL: [http://minfin.ru/ru/infomat/press-center/?id\\_4=34437](http://minfin.ru/ru/infomat/press-center/?id_4=34437) (дата обращения: 23.09.2016).

Чтобы побуждающая речь имела успех, оратор должен руководствоваться следующими рекомендациями:

1) побуждающая речь должна вызывать интерес у аудитории;  
2) выступление побуждающего характера должно приводить слушателей к согласию;

3) оратору, выступающему с побуждающей речью необходимо дать слушателям все данные для того, чтобы они могли принять решение, иными словами, не должно оставаться никаких недоговорок;

4) эта разновидность аргументирующей речи должна завершаться прямым призывом к действию;

4) оратор должен осознавать, может ли данная аудитория совершить то действие, к которому он её призывает.

**3. Эпидейктическая (торжественная) речь** предполагает выступление протокольно-этикетного характера с целью соблюдения традиции, которая сложилась в данной ситуации общения, а также следование предписаниям ритуала или этикета.

Среди жанров эпидейктической речи выделяют:

а) вступительное слово перед началом какого-либо официального мероприятия;

б) выступление с оценкой заслуг какой-либо организации или человека;

в) официальное поздравление с юбилеем организации или человека;

г) официальное приветствие делегации;

д) торжественная речь на открытии чего-либо;

е) моральная проповедь;

ж) траурная речь;

К торжественной речи предъявляются следующие требования:

1) она должна быть краткой (не более трёх минут);

2) торжественная речь должна быть в меру эмоциональной;

3) данную разновидность ораторской речи следует произноситься энергично;

4) в торжественной речи не должно быть спорных фактов или оценок, которые могут вызвать несогласие;

5) в подобного рода выступлениях не должно содержаться такой информации, которая может вызвать какую-то другую реакцию, кроме одобрения.

В речи современного финансиста встречаются все обозначенные типы речи в зависимости от речевой ситуации. В силу своих профессиональных обязанностей современный финансист должен рассказывать о каких-либо проектах, демонстрировать основные достижения в работе, в связи с чем он выступает с информационной речью. Основной целью деятельности финансиста в общем смысле является достигнутая договорённость о чём-либо: о заключении сделки, о продаже товара, о предоставлении услуги. В подобных ситуациях финансист выступает с аргументирующей речью, причём как убеждающей, так и побуждающей. В разных профессиональных ситуациях современному финансисту приходится участвовать во множестве торжественных мероприятий, поэтому торжественная речь тоже является неотъемлемой частью речевого взаимодействия современного финансиста. При этом любая из этих разновидностей публичного выступления предполагает тщательную подготовку, поскольку только продуманное выступление может стать успешным.

### **8.3. Основные этапы организации публичного выступления финансиста**

В основе классической схемы ораторского искусства лежат пять этапов организации публичного выступления, к которым относятся следующие:

1) подбор материала, который составит основу содержания будущего публичного выступления (от лат. *inventio* – «изобретение»);

2) распределение подобранного материала в той логической последовательности, которую предусматривает коммуникативная задача выступления, составление плана будущей ораторской речи (от лат. *dispositio* – «расположение»);

3) литературная и содержательная обработка собранного материала, расположенного в определённой последовательности, т.е. словесное оформление публичной речи (от лат. *elocutio* – «украшение»);

4) процесс запоминания текста, его заучивание (от лат. *memoria* – «память»);

5) выступление с публичной речью, т.е. непосредственное произнесение текста (от лат. *pronuntiatio*).

Современные специалисты в сфере деловых коммуникаций выделяют в непростой и многоаспектной ораторской деятельности

три основных этапа: докоммуникативный, коммуникативный и посткоммуникативный. Рассмотрим каждый из них<sup>1</sup>.

**I. Докоммуникативный этап**, как видно из названия, предполагает работу над публичным выступлением до непосредственного акта коммуникации, т.е. произнесения речи. Как известно, античные ораторы придавали исключительно большое значение именно процессу подготовки публичного выступления.

Докоммуникативный этап организации публичного выступления включает ряд шагов (подэтапов).

### **1. Формулировка темы**

Обычно тематика публичного выступления определяется самим автором либо может быть предложена теми, кто пригласил его выступить с речью на каком-либо мероприятии. К формулировке темы предъявляются следующие требования:

1) тема должна быть сформулирована чётко и ясно;

2) название выступления должно быть по возможности кратким, однако не слишком общим, поскольку, например, в речи на тему «Проблемы современной экономики» невозможно раскрыть все нюансы, особенно если эта речь рассчитана на 5–10 минут;

3) заголовок публичной речи должен во многом отражать её содержание и вызывать интерес у слушателей.

### **2. Определение цели выступления**

Прежде чем начинать составлять текст будущего публичного выступления, необходимо чётко определить ту цель, которой хочет достичь оратор, поскольку говорящий должен понимать, чего он хочет добиться своей речью, какой реакции он ждёт от аудитории. Как было сказано в предыдущем параграфе, среди основных целей публичного выступления выделяются донесение информации (в этой связи говорят об информационной речи), убеждение в правоте мнения (убеждающая речь как разновидность аргументирующей речи), воздействие на поведение (побуждающая речь как разновидность аргументирующей речи) и соблюдение традиции (торжественная речь).

### **3. Оценка специфики будущей аудитории**

Подготовка текста публичной речи должна предваряться также оценкой оратором состава его будущей аудитории, что позволит

---

<sup>1</sup> Мельникова С.В. Деловая риторика (речевая культура делового общения): учебное пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 1999. – С. 60.

заблаговременно понять, чего могут ждать от него слушатели, а также на что может рассчитывать сам говорящий. При этом оратору следует обратить внимание на следующие характеристики будущей аудитории:

а) количественный состав публики, перед которой предстоит выступать. Вполне очевидно, что большой аудиторией управлять сложнее, нежели маленькой, поскольку, находясь в группе и подвергаясь влиянию массового сознания, человек становится более легковверным, не способным к критике, склонным к обезличиванию, однако и этот факт оратор может взять себе на вооружение, если задастся целью эффективного использования возможностей массовой эмоции для достижения собственных целей. Чтобы донести свою мысль до большего числа слушателей, специалисты предлагают делать речь более простой, наглядной и образной;

б) пол: различия в восприятии информации между мужчинами и женщинами известна всем, гендерное преобладание в какой-либо аудитории необходимо учитывать оратору, чтобы избрать наиболее эффективный способ подачи материала (об особенностях слушания у мужчин и женщин см. параграф 6.2);

в) возраст: возрастные различия как в самой аудитории, так и между аудиторией и оратором обуславливает необходимость анализа того ценностно-мировоззренческого контекста, который характерен для определённой возрастной группы;

г) образовательный уровень: ни для кого не секрет, что различия в уровне образования на сегодняшний день носят во многом стереотипный характер, однако вряд ли выступление перед профессорско-преподавательским составом вуза и школьниками может быть одинаковым как в содержательном, так и в формальном плане;

д) направление образования (техническое или гуманитарное): давно существующий спор между «физиками» и «лириками» обусловлен во многом различием в способе восприятия, интерпретации, хранения и передачи информации, поскольку у одних преобладает логический тип мышления, а у других – образный, что и должен учитывать в процессе подготовки к выступлению любой оратор;

д) познавательные интересы: хороший оратор должен знать о том, что волнует его будущую аудиторию, чтобы, к примеру, подобрать иллюстративный материал своей речи из сферы, которая будет интересна в первую очередь слушателям;



е) отношение к теме и к оратору: в тех ситуациях, когда оратор выступает на злободневную тему, вызывающую много споров, или заранее знает, что аудитория настроена по отношению к нему негативно, он может определённым образом настроиться и быть готовым к различного рода выпадам, которые могут сопровождать его выступление.

Исходя из того, насколько сильно различаются слушатели ораторской речи, выделяют *гомогенную*, т.е. однородную, и *гетерогенную*, т.е. неоднородную, аудиторию. Безусловно, более лёгким вариантом является выступление перед гомогенной аудиторией, представленной, например, специалистами или, наоборот, дилетантами, коллегами, студентами, людьми одинаковых политических взглядов и т.д., поскольку реакция представителей подобного типа аудитории в большинстве случаев является однородной и более или менее единодушной. Перед гетерогенной публикой произносить речь гораздо сложнее, поскольку от неё вряд ли стоит ожидать единодушия в оценке содержания выступления и самого оратора, поэтому необходимо заранее продумать, какой фрагмент речи вы адресуете какой-то отдельной группе в составе аудитории.

Таким образом, оценка специфики будущей аудитории публичного выступления становится так сказать «прицельной» подготовкой к ораторской речи и имеет решающее значение, если планируется обсуждать какой-либо сложный вопрос в узком кругу деловых людей, специалистов.

#### **4. Оценка пространства**

Если есть такая возможность, было бы неплохо узнать, в какой обстановке планируется проведение мероприятия, на котором вы будете выступать с речью. Следует учесть особенности помещения (будет ли это просторный зал или небольшой кабинет), характер организации места для докладчика (наличие или отсутствие кафедры, столов), техническое оснащение (микрофон, презентационное оборудование).

Кроме того, нельзя забывать и о расположении слушателей, специфика которого очень важна для выступающего. Наука о пространственной организации общения, которая называется *проксемикой*, выделяет следующие типы пространственного размещения слушателей при организации публичного выступления.

### 1. Аудиторный тип размещения (рисунок 8.1).

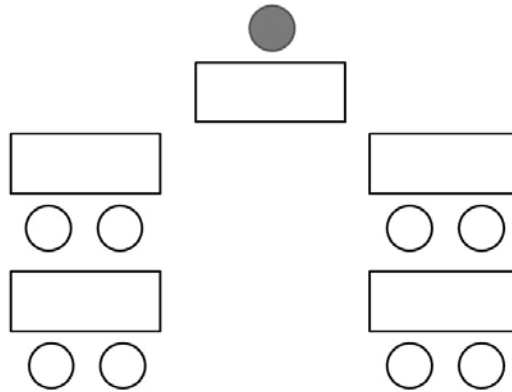


Рисунок 8.1 – Аудиторный тип рассадки слушателей

При данном типе размещения аудитории оратор в определённой мере отделен от слушателей, в связи с чем обратная связь может быть затруднена. Однако подобный тип рассадки позволяет выступать перед большим количеством участников.

### 2. «Конференция» (рисунок 8.2).

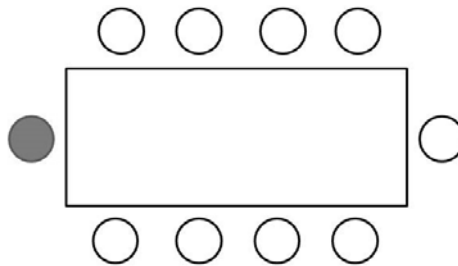


Рисунок 8.2 – Тип рассадки «Конференция»

В данном случае размещение собеседников происходит по принципу субординации, что может вызвать конфронтацию, противостояние мнений. При подобном типе размещения аудитории сохраняется официальная обстановка речевого взаимодействия.

### 3. «Подкова» (рисунок 8.3).

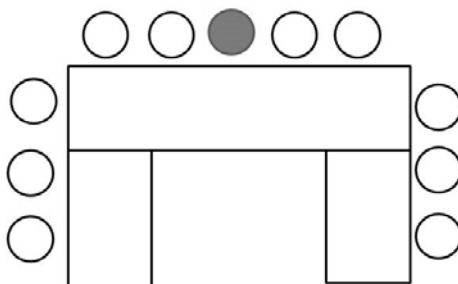
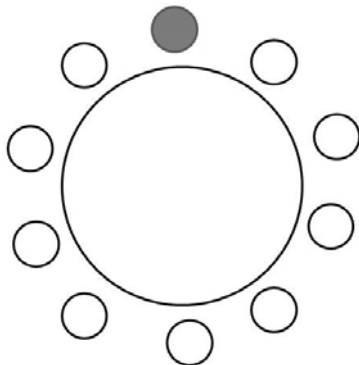


Рисунок 8.3 – Тип рассадки аудитории «Подкова»

Подобный тип размещения собеседников способствует взаимодействию, поскольку есть доступный визуальный контакт, а также хорошие возможности контроля эмоциональной реакции на выступление.

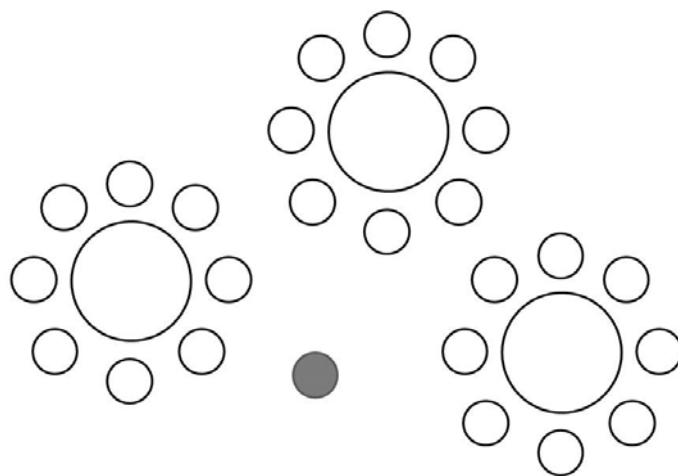
#### 4. Круглый стол (рисунок 8.4).



*Рисунок 8.4 – Размещение слушателей публичного выступления за круглым столом*

Подобное размещение объединяет людей, демократизирует обстановку обсуждения проблем.

#### 5. «Кабаре» (рисунок 8.5)



*Рисунок 8.5 – Тип рассадки «Кабаре»*

Подобный тип размещения аудитории подходит для работы маленькими группами. Однако в данном случае возможны трудности фокусирования внимания, поэтому оратору необходимо держать внимание аудитории.

### **5. Подбор материала**

Создание текста будущего публичного выступления следует начинать с грамотного подбора необходимого материала. Для того

чтобы будущая речь получилась более содержательной, следует пользоваться не одним, а несколькими источниками. Среди разнообразия источников материала для подготовки ораторской речи специалисты выделяют две большие группы<sup>1</sup>:

1) непосредственные источники материала, включающие в себя сведения, добытые автором в ходе собственной деятельности на основе наблюдения и систематизации своего опыта, к числу которых относятся следующие:

а) практика;

б) опыт личного взаимодействия с другими людьми (беседы, интервью и т.д.);

в) воображение, позволяющее создавать образ новых проектов на основе творческой переработки прошлого опыта;

2) опосредованные источники материала, т.е. сведения, добытые посредством других людей:

а) научные публикации и научно-популярная литература;

б) различного рода справочная литература: словари, энциклопедии и т.д.;

б) материалы различных СМИ;

в) тексты официальных документов;

г) произведения художественной литературы;

д) результаты социологических исследований.

Материал, который оратор использует в подготовке к публичному выступлению, может иметь теоретический и фактический характер. Преобладание того или иного типа материала определяется жанром будущей речи. Так, очевидно, что в ходе выступления с отчётом для большей убедительности необходимо приводить множество фактов, в то время как научный доклад немислим без теоретических выкладок автора. При этом и в том и в другом случае материал будущей речи должен быть в первую очередь достоверным, в связи с чем перед оратором стоит важнейшая задача предварительной проверки точности фактов, цитат, цифр, дат и т.д.

**6. Подготовка письменного текста публичной речи** даёт оратору ряд преимуществ: написанное выступление можно несколько

---

<sup>1</sup> Мельникова С.В. Деловая риторика (речевая культура делового общения): учебное пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 1999. – С. 64.

раз перепроверить, внести дополнения и корректировки, если это необходимо; записанную речь намного проще запомнить, и она более длительное время удерживается памятью.

Подготовка текста будущего выступления начинается с плана, который может быть предварительным, рабочим и основным. Предварительный план представляет собой перечисление тех вопросов, которых хочет коснуться в своей речи оратор. Составление рабочего плана имеет целью выстраивание тех пунктов, которые были обозначены в предварительном плане, в той последовательности, которую предполагает внутренняя логика выступления. Основной план обычно используется, если необходимо познакомить слушателей с содержанием вашей речи (например, план лекции, который некоторые преподаватели дают перед её началом).

Чтобы составить хороший текст будущего публичного выступления, необходимо продумать его композиционное построение.

Слово «композиция» происходит от латинского слова *compositio* со значением «составление, сочинение». **Композиция речи** представляет собой такое её построение и соотношение частей, которое позволит достичь коммуникативных задач, стоящих перед оратором. В таком значении кроме слова «композиция» могут использоваться и такие близкие по смыслу слова, как «структура» или «построение». Как следует из определения композиции публичной речи, важным условием её качества является грамотное соотношение между частями выступления: если оно нарушено, то эффективность речи может снижаться или вовсе сводиться к нулю.

Безусловно, универсальных правил построения ораторской речи не существует. Чаще всего специфика композиции того или иного публичного выступления меняется в зависимости от темы и тех целей, которые ставит перед собой оратор, а также от состава будущей аудитории. При этом риторическая мысль за достаточно длительную историю своего развития выработала ряд общих принципов построения речи, которые следует знать и учитывать в ходе подготовки своего выступления:

1) **принцип органического единства**, предполагающий, что расположение материала в тексте выступления должно быть обусловлено характером самого материала и коммуникативными задачами оратора;

2) **принцип последовательности**, предписывающий учёт причинно-следственных связей, т.е. каждая последующая мысль оратора должна вытекать из предшествующей;

3) **принцип усиления**, определяющий характер расположения аргументов в речи, при котором убедительность доводов в процессе развёртывания доказательства должна постепенно нарастать;

4) **принцип экономии речевых средств**, обуславливающий необходимость научиться достигать поставленной коммуникативной цели самыми рациональными способами, т.е. с наименьшей затратой времени, собственных усилий и средств языка.

По большому счёту почти все публичные выступления имеет трёхчастную структуру, которая включает в себя следующие элементы композиции: вступление, основную часть и заключение. Остановимся на каждом из них более подробно.

### 1. Вступление

Эффективность публичной речи в большей степени зависит от того, как выступающий начинает общаться со своей аудиторией, насколько в самом начале он смог заинтересовать слушателей. Неудачное начало публичного выступления может снизить интерес публики, а то и вовсе испортить всё впечатление от речи. Длительное наблюдение и многочисленные эксперименты учёных доказали, что в процессе восприятия информации действует закон первого и последнего места, или так называемый «закон края», согласно которому лучше всего запоминается и усваивается то, что было сказано, а следовательно, и воспринято, в начале и конце выступления. В этой связи вполне очевидно, что оратору необходимо уделить самое пристальное внимание работе над вступительной частью будущей речи.

Во вступлении лучше всего подчеркнуть актуальность обсуждаемой темы, обозначить её значение для слушателей, сформулировать цель выступления и, если позволяет регламентированная длительность вашей речи, кратко остановиться на истории вопроса. Вступление как композиционная часть публичного выступления имеет целью подготовить аудиторию к восприятию последующей информации, в связи с чем особое значение приобретает первая реплика, называемая также **зачином** речи.

Можно начать выступление с какой-либо цитаты, пословицы, поговорки или крылатого выражения (выбор подобного материала при этом должен быть свободен от штампов), с интересного примера или юмористического замечания. Существует ряд приёмов, которые могут помочь пробудить интерес слушателей к выступлению, сфокусировать их внимание на ораторе и его речи:

- начать речь с вопроса, который позволяет настроить аудиторию на мысленное обсуждение темы;
- обнаружить какую-либо парадоксальность ситуации, что может подвигнуть публику на активную умственную деятельность;
- апеллировать к интересам аудитории, что покажет ваше сопереживание проблемам слушателей и соучастие в их жизни;
- обратить внимание на события, которые известны публике;
- апеллировать к речи предыдущего оратора (ораторов);
- обратиться к авторитетным для аудитории источникам информации;
- рассказать о собственном опыте.

## 2. Основная часть

В основной части излагается основная информация выступления, получают последовательное разъяснение высказанные положения, приводятся доказательства их правильности, осуществляется подведение слушателей к определённым выводам.

Создание основной части выступления должно базироваться на одном из важнейших правил композиции – принципе последовательности: располагать материал необходимо в соответствии с внутренней логикой темы ораторской речи. Работая над построением основной части своего выступления, оратор должен определить, какие аргументы он изберёт для доказательства собственной точки зрения, какие приёмы воздействия на аудиторию он будет использовать для привлечения внимания слушателей. Однако структура публичной речи в первую очередь зависит от того, какой **метод расположения материала** положен в основу её построения. Эти методы, разработанные в процессе многовековой ораторской практики и описанные в различных пособиях по риторике, до сих пор активно применяются современными ораторами. К числу таких методов относятся следующие:

а) **индуктивный метод**, предполагающий расположение материала от частного к общему, при котором оратор, как правило, начинает основную часть с описания конкретного случая, наиболее яркого примера, а потом подводит аудиторию к необходимым обобщениям и выводам;

б) **дедуктивный метод**, представляющий собой такое построение основной части, при котором материал располагается по принципу «от общего к частному»: в начале выступления обозна-

чаются определённые положения, а затем на конкретных фактах и примерах разъясняется их смысл;

в) **метод аналогии**, заключающийся в сопоставлении различного рода фактов, событий и явлений, причём параллель обычно проводится с тем, что наиболее известно и интересно публике. Такой метод позволяет усилить эмоциональное воздействие на аудиторию, способствует лучшему восприятию излагаемой информации;

г) **концентрический метод**, предполагающий расположение материала вокруг основного вопроса, анализ которого предпринимается выступающим, при этом оратор обычно переходит от общего изучения главной проблемы к более детальному и углублённому её исследованию;

д) **ступенчатый метод**, представляющий собой такое расположение материала, при котором рассмотрение одного вопроса следует за другим;

е) **исторический метод**, применяющийся в том случае, когда необходимо изложить материал в хронологической последовательности, описать и проанализировать те или иные изменения, произошедшие в конкретный отрезок времени.

Вполне очевидно, что использование не одного, а нескольких методов расположения материала может сделать речь более интересной, оригинальной и разнообразной.

При этом, независимо от того, какой метод использует оратор для построения своего выступления, его речь в первую очередь должна быть убедительной, а суждения и основные положения подкрепляться вескими доказательствами, поскольку его основная задача состоит не только в убеждении аудитории в чём-либо, но и в определённом воздействии на неё, которое может вызвать нужную реакцию или конкретное действие. В этой связи в процессе работы над основной частью ораторской речи необходимо продумать систему доводов, которые могут быть использованы для доказательства положений и определённого воздействия на слушателей. Специалисты выделяют две группы доводов: **логические**, которые обращены к разуму аудитории, и **психологические**, нацеленные на чувства слушателей. Для того чтобы публичная речь была более эффективной, специалисты предлагают использовать как логические, так и психологические доводы, поскольку первые в основном ориентированы на то, чтобы убедить публику в чём-либо, а другие отвечают за воздействие на её поведение.



В ходе подготовки текста будущей речи оратору следует помнить, что не стоит в своём выступлении освещать слишком много вопросов, поскольку это может не только утомить слушателей, но и лишить выступающего возможности более полно и глубоко проанализировать затрагиваемые им проблемы. Специалисты рекомендуют в основной части останавливаться не более чем на 3–4 вопросах.

### **3. Заключение**

Заключение является не менее важной частью композиции любого выступления, чем вступление и основная часть, ведь именно яркое и убедительное заключение может запомниться аудитории больше всего и оставить общее положительное впечатление от всей речи, в то время как неудачная концовка может губительно сказаться на восприятии и оценке даже самого неплохого выступления. Одной из самых больших ошибок выступающих является то, что в конце выступления они начинают многократно извиняться перед аудиторией за то, что не имели достаточного времени для подготовки речи, что они, возможно, не смогли сообщить публике чего-то нового и интересного, тем самым подводя слушателей к выводу о том, что они напрасно потратили своё время.

В заключение публичного выступления обычно делаются выводы, подводятся итоги, возможно, ставятся определённые задачи, которые обусловлены содержанием самой речи. В соответствии с «законом края» в заключении необходимо ещё раз сформулировать основную мысль выступления и резюмировать наиболее важные положения.

Работая над заключением, особое внимание необходимо уделить тому, какими будут последние слова публичной речи, т.е. непосредственно концовке выступления. Если вступительные слова оратора (так называемый зачин) имеют целью привлечение внимания аудитории, то последние фразы должны усиливать эффект речи. Заключительные слова выступающего должны мобилизовать публику, окончательно убеждать её в правоте оратора, воодушевлять его позицией, призывать к активной деятельности.

**7. Репетиция** является одним из ключевых моментов в процессе подготовки публичного выступления, хотя некоторые ей зачастую пренебрегают. Суть репетиции сводится к тому, что оратор должен произнести текст мысленно или вслух. Некоторые специа-

листы предлагают репетировать речь перед зеркалом, причём необходимо найти такое положение тела, при котором выступающий будет чувствовать себя наиболее удобно, и запомнить его для дальнейшего повторения. Кроме того, оратору нужно обратить внимание на собственное лицо: изучить собственные мимические морщины, постараться расправить брови, если они нахмурены. Не стоит забывать и жесты, которые позволят установить контакт с аудиторией, поскольку они могут помочь усилить воздействие речи на слушателей.

В целом жесты подразделяют на **значимые**, которые и могут помочь в ходе выступления, и **бессмысленные**, механические, лишённые всякой информативности, к числу которых относят поправление одежды или волос, постоянное верчение ручки или карандаша, встряхивание головой и т.д. Безусловно, от механических жестов следует отказаться или хотя бы свести их появление в ходе выступления к минимуму. Как утверждают специалисты, самым лучшим является тот жест, который публика не замечает, иными словами такой, который органично переплетается с содержанием выступления. Среди значимых жестов, используемых в ораторском искусстве, выделяются следующие:

а) **ритмические жесты**, позволяющие обозначить логическое ударение, продемонстрировать ускорение или замедление речи, а также показать место пауз;

б) **эмоциональные**, передающие различные экспрессивные элементы речевого взаимодействия (например, отрицательный жест, демонстрирующий внутреннюю сторону ладони);

в) **указательные**, которые лучше использовать в исключительных случаях при острой необходимости на что-либо указать;

г) **изобразительные**, наглядно демонстрирующие какой-либо предмет (например, винтовую лестницу);

д) **символические**, несущие определённую информацию, которая закреплена традицией коммуникативного взаимодействия в той или иной национальной культуре. К таким жестам обычно относятся жесты приветствия или прощания, а также, например, обобщения (описание ладонями воображаемого круга).

**II. Коммуникативный этап** организации публичного выступления включает в себя следующие элементы.

## **1. Непосредственное произнесение речи**

Обычно говорят о трёх способах произнесения речи:

- 1) чтение текста выступления с листа;
- 2) воспроизведение текста речи по памяти с чтением отдельных фрагментов (с опорой на текст);
- 3) свободная импровизация (экспромт)<sup>1</sup>.

Чтение речи с листа обычно обуславливаются характером ситуации, в которой нельзя отступить от текста выступления, например, на торжественных и дипломатических мероприятиях, при произнесении докладов официального содержания. Большинство других разновидностей публичных речей обычно произносятся с опорой на письменный текст, поскольку иногда достаточно взглянуть на текст, чтобы восстановить нить повествования, найти нужную цитату, формулу или цифру. Подобный формат выступления даёт оратору возможность свободно общаться со слушателями, а у аудитории создаёт впечатление уверенного владения материалом. Однако случаются ситуации, когда у человека не всегда имеется возможность подготовить текст выступления предварительно. Иногда на деловых встречах, переговорах, совещаниях, собраниях, заседаниях современный финансист вынужден выступать экспромтом. Такая форма публичной речи требует от оратора больших знаний, хорошего владения риторическими навыками, активизации памяти и воли.

## **2. Ответы на вопросы**

Чтобы быть готовым к данному этапу организации публичного выступления, лучше всего продумать варианты вопросов, которые могут быть заданы по теме выступления и сформулировать на них ответы.

**III. Посткоммуникативный этап** публичного выступления предполагает самоанализ, который включает в себя размышления над следующими вопросами:

- 1) была ли достигнута цель выступления;
- 2) удалось ли наладить контакт с аудиторией;
- 3) интересна ли была информация (при произнесении информационной речи), эффективная ли была аргументация выступле-

---

<sup>1</sup> Мельникова С.В. Деловая риторика (речевая культура делового общения): учебное пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 1999. – С. 64.

ния (аргументирующая речь), удалось ли вызвать эмоции у слушателей (торжественная речь).

Соотношение трёх этапов организации публичного выступления можно проанализировать по таблице 8.1.

Таблица 8.1 – Этапы организации публичного выступления

<i>Докоммуникативный этап</i>	<i>Коммуникативный этап</i>	<i>Посткоммуникативный этап</i>
1. Формулировка темы 2. Определение цели выступления 3. Оценка специфики будущей аудитории 4. Оценка пространства 5. Подбор материала 6. Подготовка письменного текста 7. Репетиция	1. Непосредственное произнесение речи 2. Ответы на вопросы	1. Анализ выступления

Становится очевидным, что самым серьёзным этапом организации публичного выступления является его подготовка, поскольку именно от этого в большей степени зависит будущий успех любого оратора.

### **ВЫВОДЫ**

1. Умение доступно, красиво и убедительно говорить в современном мире необходимо практически каждому, особенно тем, чья деятельность связана с общением с другими людьми. Особенно важным ораторское искусство является в деятельности финансистов. Специфика процесса коммуникации современного финансиста во многом определяется особенностями его профессиональной деятельности, в которой возрастает интенсивность речевого взаимодействия, что, безусловно, требует от специалиста в сфере экономики достаточно высокого уровня культуры речи. Уровень коммуникативной культуры современного финансиста определяется степенью владения нормами устной и письменной речи; развитостью навыка использования адекватных коммуникативным задачам и речевой ситуации языковых средств; способностью воспринимать речь не только как инструмент воздействия на партнёра, но и как фактор налаживания взаимодействия с собеседником, как способ формирования креативного отношения к работе в коллективе.

2. Под **ораторской речью** принято понимать выступление, подготовленное в соответствии с определёнными нормами и про-

износимое с целью информирования слушателей и воздействия на них для получения оратором желаемого эффекта. По сути, публичное выступление представляет собой особый вид коммуникативного процесса, имеющего свои специфические особенности, среди которых следует отметить многообразие целевых установок; массовый характер общения; двойное сообщение в структуре ораторской речи; особую обстановку эмоционального накала.

3. Существуют различные классификации ораторской речи. В речи современного финансиста с точки зрения целевой направленности можно выделить следующие типы речи: информационную, аргументирующую, эпидейктическую (торжественную).

4. Цель **информационной речи** – сообщение каких-либо сведений аудитории. При этом оратору важно продемонстрировать нерешенные вопросы; пробудить любознательность; дать исчерпывающую информацию; раскрыть причинно-следственные и условно-следственные связи.

5. **Аргументирующая речь** имеет целью сформировать у аудитории определённое мнение, нужное в первую очередь оратору, убедить слушателей в чём-либо. Выделяются два вида аргументирующей речи: убеждающая речь и побуждающая. Основная цель **убеждающей речи** – утвердить слушателей в правоте мнения оратора или тех, от имени кого он выступает. При этом речь должна быть краткой (не более трёх-пяти минут), убедительной, но ненавязчивой, отвечать конкретной ситуации. Основная цель **побуждающей речи** заключается в том, чтобы убедить аудиторию в необходимости какого-либо действия, поведения.

Оратору, выступающему с побуждающей речью, необходимо дать слушателям все данные для того, чтобы они могли принять решение; учитывать, может ли данная аудитория совершить то действие, к которому он её призывает; завершать выступление прямым призывом к действию.

6. **Эпидейктическая (торжественная) речь** предполагает протокольно-этикетные выступления, цель которых – соблюсти традиции, сложившиеся в данной ситуации общения, а также следование предписаниям ритуала или этикета. Торжественная речь должна быть краткой (не более трёх минут), в меру эмоциональной.

7. Современные специалисты в сфере деловых коммуникаций выделяют в непростой и многоаспектной ораторской деятельности

три основных этапа: докоммуникативный, коммуникативный и посткоммуникативный. **Докоммуникативный этап** включает формулировку темы, определение цели выступления, оценку специфики будущей аудитории и пространства, подбор материала, подготовку письменного текста, а также репетицию. **Коммуникативный этап** предполагает непосредственное произнесение речи и ответы на вопросы. На **посткоммуникативном этапе** необходимо проанализировать собственное выступление на предмет достижения поставленной цели, определения характера взаимодействия с аудиторией и эффективности аргументации.

### → КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Какова роль ораторского мастерства в работе современного финансиста.
2. В чём специфика публичного выступления как особого вида коммуникативного процесса?
3. Какие типы ораторской речи выделяет современная риторика?
4. В чём специфика убеждающей и побуждающей речи как разновидности аргументирующей речи?
5. Каковы особенности докоммуникативного этапа организации публичного выступления?
6. Что включает коммуникативный этап ораторской речи?
7. На какие вопросы должен ответить оратор на посткоммуникативном этапе организации публичного выступления?

### → ЗАДАНИЯ

1. Найдите примеры различных видов ораторской речи.
2. Представьте, что вам предстоит выступать на молодёжном форуме по следующим направлениям: «Экономическое развитие страны», «Образование и культура», «Волонтерство», «Здоровый образ жизни». Сформулируйте тему вашего выступления для каждого направления. Какую разновидность публичной речи вы выберете. Какова будет её цель?
3. Подготовьте выступление на любую социально значимую тему, следуя рекомендациям параграфа 8.3.

## → ТЕСТЫ

1. Целью этой разновидности публичной речи является сообщение сведений, информации аудитории:

- а) информационной речи;
- б) убеждающей речи;
- в) побуждающей речи;
- г) торжественной речи.

2. Приветствие официальной делегации, траурная речь, моральная проповедь являются жанрами этой разновидности публичной речи:

- а) информационной речи;
- б) убеждающей речи;
- в) побуждающей речи;
- г) торжественной речи.

3. Аргументирующая речь делится:

- а) на информационную и торжественную;
- б) убеждающую и побуждающую;
- в) информационную и побуждающую;
- г) торжественную и убеждающую.

4. Что из перечисленного не относится к типам размещения аудитории при организации публичного выступления:

- а) «конференция»;
- б) «подкова»;
- в) круглый стол;
- г) квадратный стол.

5. Что из перечисленного не относится к опосредованным источникам материала для подготовки ораторской речи:

- а) официальные документы;
- б) научная и научно-популярная литература;
- в) знания, практика;
- г) статьи газет и журналов.

6. Какой из этих принципов построения выступления предполагает то, что значимость, вес, убедительность аргументов и доказательств должны постепенно нарастать:

- а) принцип последовательности;
- б) принцип усиления;
- в) принцип органического единства;
- г) принцип экономии.

7. Какой из этих методов преподнесения материала в публичном выступлении заключается в расположении материала вокруг главной проблемы, поднимаемой оратором:

- а) индуктивный метод;
- б) дедуктивный метод;
- в) метод аналогии;
- г) концентрический метод.





---

## Глава 9

# ТАКТИКИ И СТРАТЕГИИ ЭФФЕКТИВНОЙ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА

### 9.1. Стратегия формирования речевого портрета как фактор самореализации финансиста

*Стратегия речевого поведения* представляет собой способ (линию) речевого поведения говорящего, который в определённой коммуникативной ситуации соотносится с конкретными задачами его взаимодействия с другими людьми.

Существует немало научных и научно-популярных работ, описывающих различные типы стратегий речевого поведения. Мы остановимся на классификации, предложенной в работах Н.Ю. Чигридовой<sup>1</sup>, которая делит стратегии речевого поведения на две группы. Первая группа включает в себя такие коммуникативные стратегии, которые направлены первую очередь на обмен информацией между адресатом и адресантом (*стратегии речевого информирования*). Вторая группа представлена стратегиями речевого поведения, которые нацелены в основном на то, чтобы воздействовать на эмоции и последующие действия слушающего (*стратегии речевого воздействия*). При этом, ввиду того, что речевое воздействие может быть прямым, скрытым или косвенным, то и сами коммуникативные стратегии речевого воздействия делят на три группы: стратегии прямого коммуникативного воздействия, стратегии скрытого коммуникативного воздействия и стратегии косвенного коммуникативного воздействия.

Каждый из обозначенных коммуникативных стратегий, нацеленных на воздействие на аудиторию (стратегии прямого, скрытого или косвенного воздействия) включает в себя отдельные подтипы стратегий. К примеру, среди стратегий скрытого коммуника-

---

<sup>1</sup> Чигридова Н.Ю. Речевое поведение коммуниканта в жанре деловых эпистолярных дис. ... канд. филол. наук. – Ростов н/Д, 1999.

тивного воздействия выделяются следующие два подтипа, которые, в свою очередь, представлены рядом разновидностей:

1) эмотивно-ориентированные стратегии, т.е. такие стратегии, которые связаны с говорящим или пишущим (адресантом) и обусловлены его особенностями:

- стратегия «участия/неучастия коммуникантов в речевом событии»;
- стратегия «уверенного/неуверенного поведения автора в речевом событии»;
- стратегия «вероятностного оценивания автором речевого события как реального/нереального»;
- стратегия «социального престижа», направленная на закрепление в речи высокого статуса коммуниканта;
- стратегии «речевого поведения представителей различных профессиональных групп»;
- стратегия «согласия/несогласия»;
- стратегия «эмоционального/неэмоционального речевого поведения отправителя текста»<sup>1</sup>;

2) конативно-ориентированные стратегии, т.е. стратегии, которые ориентированы на адресата и определяются его спецификой:

- стратегия «формирования у слушателя отношения к речевому событию путём оценивания»;
- стратегия «удовлетворения/неудовлетворения говорящим ожиданий слушающего»;
- стратегия «акцентирования/неакцентирования автором элементов высказывания»;
- стратегия «формирования говорящим отношения слушающего к речевому событию путём его одобрения/неодобрения»<sup>2</sup>.

Знание особенностей стратегий речевого поведения имеет большое значение, ведь именно выбранная стратегия коммуникативного взаимодействия обуславливает общее развитие разговора, которое может быть полностью осмыслено только на этапе заключительных реплик, поскольку как таковых правил «управления» диалогом не существует, поэтому любой аспект прагматических характеристик деловой коммуникации может иметь решающее влияние на характер исхода беседы.

---

<sup>1</sup> Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Основы речевой коммуникации. – М.: ИНФРА-М, 1997.

<sup>2</sup> Выготский Л.С. Овладение вниманием. Собр. соч.: в 6 т. – М., 1983.

Как представляется, среди коммуникативных стратегий поведения современного финансиста наиболее распространены следующие: 1) стратегия информационной полноты; 2) стратегия логической ясности; 3) стратегия краткости; 4) стратегия стандартизованности; 5) стратегия вежливости; 6) стратегия естественности, 7) стратегия экспрессивности, 8) стратегия социального престижа.

Первые пять коммуникативных стратегий в профессиональной деятельности современного финансиста определяются общей спецификой официальной атмосферы и особенностями официально-делового стиля, предъявляющего к говорящему требования в информативности, точности, ясности, лаконичности, нормированности и стереотипности, а также во многом демонстрируют действие основных коммуникативных принципов и этических норм в сфере делового общения. Данные стратегии речевого поведения присущи речи финансиста в целом, поскольку соответствуют критериям, определённым в постулатах эффективного коммуникативного взаимодействия Г.П. Грайса и Дж.Н. Лича (см. параграф 6.2) и только в некоторой степени обуславливаются особенностями используемого жанра. Шестая, седьмая и восьмая стратегии отражают специфику речевого поведения современного финансиста в ситуациях полуофициального характера.

**1. Стратегия информационной полноты** предписывает, какое количество информации должно быть использовано в процессе речевого взаимодействия. Эта стратегия предполагает необходимость такого качества деловой речи, как точность, поскольку деловым партнёрам в финансовой сфере требуется полное информирование о положении дел для адекватного принятия решения и избежания коммуникативных неудач, что соответствует категории количества принципа кооперации Г.П. Грайса. Однако, как утверждают специалисты, проводившие различные исследования коммуникативного поведения людей в сфере делового общения, в ходе организации коммуникативного акта информации бывает всегда либо чуть меньше, либо чуть больше, чем этого действительно требует специфика речевой ситуации. Стратегия информационной полноты реализуется в использовании языковых средств с различной степенью обобщённости и детализированности, развёрнутости и свёрнутости<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Матвеева Г.Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего: дис. ... докт. филол. наук. – СПб., 1993. – С. 87.

**2. Стратегия логической ясности** предполагает следование требованиям официально-делового стиля и соответствует одновременно двум категориям принципа кооперации Г.П. Грайса: категории качества и категории способа. Данная коммуникативная стратегия требует от современного финансиста достаточных оснований для того или иного сообщения, убедительности и доказательности его суждений. В ходе налаживания коммуникативного взаимодействия стратегия логической ясности предполагает ещё и готовность участника общения при необходимости отвечать за свои слова, что в первую очередь требуется для сохранения «устойчивого контакта»<sup>1</sup>. Так, адресант должен чётко осознавать, на чём базируется его точка зрения, и быть готовым объяснить основания своего высказывания.

**3. Стратегия краткости** в полной мере соответствует содержанию второго постулата категории количества принципа кооперации Г.П. Грайса о том, что высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется, а также отвечает сути категории отношения, предполагающей необходимость не отклоняться от темы. Данная коммуникативная стратегия предписывает коммуниканту организовывать процесс своей речевой деятельности, исходя из необходимости экономить языковые средства, усилия и время, и в то же время выдавать информацию дозированно, в соответствии с параметром её достаточности.

**4. Стратегия стандартизованности** обуславливается особенностями официально-делового стиля, связанными с тенденцией к нормированности и стереотипности речи, существованием объективного характера расположения материала сообщения, и закрепляет типичное содержание остальных стратегий речевого поведения современного финансиста. В этой связи данную коммуникативную стратегию можно назвать наиболее характерной, поскольку она находит своё выражение на всех языковых уровнях (терминологическая лексика, клишированные конструкции, устоявшиеся модели и стандартные обороты), а также на внеязыковом уровне.

**5. Стратегия вежливости** предполагает соответствие основным интралингвистическим (внеязыковым) принципам коммуникативного поведения современного финансиста и отражает действие принципа вежливости, сформулированного Дж. Н. Личем. Вполне

---

<sup>1</sup> Ключев Е.В. Речевая коммуникация: учебное пособие для университетов и вузов. – М.: 1998. – С. 92.

очевидно, что грубость недопустима в речевом общении, поскольку она может поставить крест на самой возможности налаживания контакта, в то время как такт, великодушие, одобрение и скромность только способствуют осуществлению коммуникативного взаимодействия. Данным принципом должны руководствоваться все, кто желает добиться успеха в сфере официального общения и наладить эффективную деловую коммуникацию. Коммуникативная стратегия вежливости актуализируется наиболее конвенционализированными областями речевого общения: сложные синтаксические конструкции, смягченные коммуникативные намерения, эвфемизмы и формулировки непрямого характера, этикет и др.

**6. Стратегия естественности** обусловлена допустимостью проявления финансистом непринужденности и естественности, которые в некоторой степени выходят за рамки правил официальной сферы коммуникации и строгих норм официально-делового стиля. Коммуникативная ситуация, в которой существуют современные финансисты, характеризующаяся в том числе с использованием современных средств связи, зачастую представляет собой непосредственное общение коммуникантов, которое ограничивается такими прагматическими координатами, как «ты», «я», «здесь» и «сейчас», что, безусловно, не может не оказывать влияния на стратегию речевого поведения современного финансиста, создавая условия для возможности реализации естественной линии поведения. В последние десятилетия естественность становится нормой делового взаимодействия, сменяя церемонность, манерность и некоторую тяжеловесность официально-делового стиля. Актуализаторами коммуникативной стратегии естественности становятся единицы нерегламентированного пласта лексики, в том числе разговорные слова и синтаксические обороты.

**7. Стратегия экспрессивности** обуславливается спецификой современных жанров делового взаимодействия, которые дают коммуниканту возможность самовыражаться и различными способами проявлять эмоции. Степень эмоциональности/экспрессивности каждого конкретного высказывания может определяться психологическими особенностями индивидуальности говорящего, который может быть как весьма сдержанным, так и эмоциональным. Безусловно, следует отметить, что экспрессивность не относится к типичным профессиональным качествам современного финансиста: на современном этапе ей противопоставляется рассудочность и

сдержанность, однако способность к экспрессивной передаче собственных мыслей может стать хорошим дополнением так называемых классических психологических свойств современного профессионала. Коммуникативная стратегия экспрессивности актуализируется различного рода экспрессивно окрашенными единицами (эмотивами), усилительными частицами, не традиционными для деловой речи синтаксическими конструкциями.

**8. Стратегия социального престижа.** Стремление современного человека удовлетворить свою потребность в престиже является важным социально-психологическим фактором, который должен учитываться адресантом и адресатом речи. Коммуникативному поведению любого человека свойственен мотив поддержания и повышения социального престижа. При этом социальный престиж как авторитет в обществе характерен для определённой социальной группы и связанных с ней типов занятий, профессий и моделей поведения. Обуславливая специфику речевого поведения современного финансиста, мотив престижа в значительной степени реализуется в его речи как маркер носителя высокого социального статуса. Показателем актуализации коммуникативной стратегии социальной престижности является выбор между общеупотребительными, т.е. нейтральными, единицами и так называемыми престижными альтернативами, т.е. языковыми средствами, представляющими собой престижный речевой эталон, в пользу последних. К подобным престижным альтернативам относятся всевозможные языковые инновации, иноязычные элементы и интернационализмы: использование определённых форм слов, свидетельствующих о культуре и образованности современного финансиста, а также лексических единиц и синтаксических конструкций, которые закреплены за официально-деловым стилем и являются подтверждением профессиональной компетенции говорящего, а следовательно, солидность и надёжность самого коммуникативного взаимодействия.

## **9.2. Тактики речевого поведения успешного финансиста**

В профессиональной и личной жизни каждого человека случались такие ситуации, когда во время беседы у него возникало ощущение, будто его собеседник говорит так же, как кто-то другой, с кем приходилось разговаривать раньше. Возможно, этот человек использует другие слова, у него свой темп речи, однако ощущение

схожести или даже точного совпадения их коммуникативного поведения может появляться, а по ходу разговора только увеличиваться. Языковое сознание фиксирует такие ситуации и отражает их в устойчивых оборотах типа *говорит как по писаному; говорит как проповедник; ведёт себя как базарная торговка; как соловей поёт*.

Подобные ощущения и оценки основываются на том, что в реальной речевой практике, кроме языковых единиц и речевых средств, традиционно используемых говорящим, существуют более сложные коммуникативные единицы, которые как бы надстраиваются над известными многим средствами языка и к числу которых специалисты относят **тактики речевого поведения**, под которыми понимают «реализуемое в большом количестве различных текстов однотипное речевое поведение, которое через слова и жесты демонстрирует сходные намерения, отношение к собеседнику, теме разговора, обнаруживает место говорящего в мире, тип его взаимодействия с информацией»<sup>1</sup>.

Каждая конкретная тактика речевого поведения определяет выбор определённых приёмов, которые позволяют привлечь внимание, установить и поддержать контакт с собеседником, воздействовать на него, убеждать или переубеждать его, приводить в определённое эмоциональное состояние и т.п. Специфику коммуникативной тактики определяет характер речевой ситуации, в связи с чем речевое поведение коммуникантов в зависимости от условий, в которых осуществляется коммуникативный акт, от сведений, полученных участниками разговора, от их эмоций и чувств, тактика может меняться. Поэтому один и тот же человек в различной обстановке общения может реализовывать различные коммуникативные цели и избирать различные тактические направления. Смена тактик речевого поведения в процессе одного коммуникативного акт является непростой мыслительной операцией, однако может совершаться и на интуитивном уровне. Осмысливая те или иные тактические приёмы, избирая их в каждом конкретном случае, человек может научиться достаточно мастерски использовать их сознательно. Для того чтобы активно влиять на ход разговора, коммуникант должен заранее проработать общую линию беседы, продумать возможные варианты её развития, научиться опреде-

---

<sup>1</sup> Шунейко А.А., Авдеенко А.А. Тактики речевого поведения // Русская речь. – М.: Наука, 2010. – № 2. – С. 57.

лять ключевые моменты, которые дают возможность, например, сменить тему, выделять приёмы речевого воздействия, которые использует собеседник, оценить его стратегию и тактику, а следовательно, выбрать собственный путь реагирования на его речевое поведение, будь то оказание противодействия или определённое подыгрывание. Плохо, если у коммуниканта имеется в запасе только один вариант развития беседы, поскольку чаще всего в таких случаях его речь имеет достаточно жёсткие рамки.

Любая тактика в процессе осуществления коммуникации предполагает произвольное и осознанное стремление человека исполнить какую-либо определённую коммуникативную роль или воплотить конкретное речевое амплуа, представляющиеся ему единственно возможными или более удобными и выигрышными. Таким образом, можно сказать, что коммуникативная тактика представляет речевое поведение в целом: во-первых, что и как человек говорит; во-вторых, как он слушает и что способен услышать; в-третьих, какие выводы он может сделать в ходе беседы; в-четвёртых, как он реагирует на речь собеседника и, в-пятых, как он выстраивает собственные действия до, во время и после коммуникативного акта.

При всём многообразии типов конкретных коммуникативных тактик так или иначе каждую из них можно отнести к одной из двух следующих групп:

- 1) прямые тактики речевого воздействия;
- 2) косвенные тактики речевого воздействия<sup>1</sup>.

Вопрос об использовании коммуникативных возможностей прямых и косвенных речевых тактик представляется непростым и неоднозначным и во многом замыкающимся на двух крайних точках: проблеме повышения эффективности речи и проблеме сохранения искренности высказывания.

**Прямая тактика речевого воздействия** относится к коммуникативным тактикам открытого типа, использование которых предполагает сообщение слушателю прямо того, что имеется в виду говорящим. О таких тактиках речевого воздействия достаточно метко выразился современный американский философ и лингвист Дж. Серль: «К простейшим случаям выражения значения в языке

---

<sup>1</sup> Ключев Е.В. Риторика. Инвенция. Диспозиция. Элокуция: учебное пособие для высших учебных заведений – М.: ПРНОР, 2001. – С. 164.



относятся такие, при которых говорящий, произнося некоторое предложение, имеет в виду (*means*) ровно и буквально то, что он говорит. В таких случаях происходит следующее: говорящий стремится (*intends*)\* оказать определённое иллокутивное воздействие на слушающего; он стремится сделать это, побуждая слушающего опознать его намерение оказать такое воздействие; наконец, он стремится побудить слушающего опознать это намерение с опорой на имеющиеся у слушающего знания о правилах, лежащих в основе производства высказываний. Известно, однако, что подобная семантическая простота присуща далеко не всем высказываниям на естественном языке: при намеках, выпадах, иронии, метафоре и т. п. значение высказывания данного говорящего и значение соответствующего предложения во многих отношениях расходятся»<sup>1</sup>.

Мысли Дж. Серля интересны тем, что в них не только зафиксирована возможность использование прямых и косвенных способов выражения языковых значений, но и определена специфика первых как «простейших», что для осознания особенностей прямых коммуникативных тактик весьма интересно.

Очевидно, прямые тактики действительно могут считаться «простейшими», поскольку они практически не подвергаются видоизменению в процессе коммуникации. Однажды найденная форма языкового выражения той или иной прямой тактики речевого воздействия сохраняется не столько потому, что она представляется удачно, сколько в связи с тем, что другой она быть попросту не может, поскольку прямые значения слов, как правило, варьированию не подлежат.

Возникает вопрос о характере оценки возможностей прямых коммуникативных тактик: так ли плоха воспроизводимость и повторяемость языковых средств их реализации? Отметим, что их явным достоинством является то, что они достаточно регулярно и точно отсылают собеседника к одному и тому же предмету речи. Иными словами, подобные повторы в первую очередь (хотя, безусловно, и не исключительно) во многом обуславливают связность передаваемого говорящим сообщения.

Данное достоинство прямых коммуникативных тактик обуславливают тот факт, что многие коммуниканты предпочитают

---

<sup>1</sup> Серль Дж. Р. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. – М.: Прогресс, 1986. URL: [http://www.classes.ru/grammar/159.new-in-linguistics-17/source/worddocuments/\\_5.htm](http://www.classes.ru/grammar/159.new-in-linguistics-17/source/worddocuments/_5.htm).

именно их, поскольку, с одной стороны, они характеризуются определённой точностью и последовательностью, а с другой, соответствуют критерию искренности. Так, например, в среде современных журналистов (особенно начинающих) существует мнение о том, что прямые тактики речевого воздействия являются наиболее предпочтительными, поскольку являются более «честными» коммуникативными стратегиями. Однако нельзя говорить о том, что за косвенными коммуникативными тактиками скрываются «нечестные», предосудительные речевые действия. Другое дело, что семантические свойства сообщений, высказанных косвенно, не всегда позволяют «перевести» их на язык прямых формулировок. Более того, не высказывать свою речевую цель прямо отнюдь не предполагает «готовить неприятный сюрприз» собеседнику: зачастую прямое наименование коммуникативной цели попросту неуместно и может нарушать взаимодействие в целом (ср.: «Сейчас я планирую вас похвалить...» или «В следующем моем высказывании я намерен высоко отозваться о ваших способностях...» и т.д.). При этом анализ речевой практики обнаруживает, что в большинстве коммуникативных ситуаций у участников разговора не возникает сомнения в необходимости прямой формулировки своей цели общения.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что вопрос о выборе между прямыми и косвенными коммуникативными тактиками вовсе не сводится к выбору или не выбору принципа речевого взаимодействия, которое описывается принципом «Давайте называть вещи своими именами». В современной лингвистической науке данный вопрос представляется сложнейшей проблемой соотношения прямых и косвенных коммуникативных актов. Специалисты в сфере речевого общения приводят в пример множество ситуаций, в которых прямой речевой акт, а следовательно, и прямые тактики речевого воздействия нежелательны или даже невозможны. Смоделируем следующую коммуникативную ситуацию.

Вы впервые приходите к своему будущему деловому партнёру в его офис для проведения переговоров. При этом вы оказываетесь в таком положении, что сидите спиной к открытому окну, из которого дует. Вы полагаете, что окно следует закрыть. Каким образом при этом ваше желание может быть сформулировано в данном коммуникативном акте?

Подобная ситуация относится к кругу этикетных речевых ситуаций. Так, прямая тактика предполагает в данном случае просьбу «Закройте, пожалуйста, окно», обращенную к вашему партнёру. Возможно, кому-то эта форма обозначения своих коммуникативных намерений покажется единственно возможной, однако в деловой сфере она вряд ли может считаться приемлемой. Подобная ситуация, скорее всего, более удачно может быть решена репликами к соседу типа «Вам не дуёт?» или высказываниями в пространство вроде «Сегодня достаточно холодно» или «Метеорологи обещали в скором времени потепление», а также деликатным приглашением к участию в обсуждении вопроса: «Не стоит ли нам закрыть окно?» и т.д.

Как видно из приведённой ситуации, в подобных случаях может быть использована не одна, а сразу несколько косвенных коммуникативных тактик, выбор которых зависит от участников разговора, в то время как варианты прямой формы речевого воздействия при сохранении соответствующего смысла здесь вряд ли возможны. Таким образом, данный пример обнаруживает ту разницу, которая существует между прямыми, не имеющими вариантов языкового оформления, и косвенными тактиками речевого воздействия, прекрасно поддающимися варьированию.

Следует отметить, что современный носитель языка, во многом неплохо владеющий прямыми речевыми тактиками, зачастую оказывается совершенно беспомощным в использовании косвенных коммуникативных тактик. Возможно, именно этим можно объяснить тот факт, что из современной речевой практики уходят искусства, возможность существования которых определяется косвенными тактиками речевого воздействия и к числу которых относятся следующие:

- 1) искусство комплимента;
- 2) искусство намека;
- 3) искусство шутки.

Однако не следует полагать, что косвенные речевые тактики являются приоритетными по сравнению с прямыми, необходимо просто осознавать, какие проблемы могут ожидать коммуниканта при использовании той или иной тактики. Рассмотрим основные из них.

1. Вполне очевидно, что прямые коммуникативные тактики действительно могут дать адресату весьма точное и ясное представление о том, чего хочет добиться от него говорящий: рассуж-

дать о том, правильно ли участники диалога понимают друг друга, в подобных ситуациях не приходится.

2. Прямая речевая тактика фактически отражает вертикальную модель коммуникации, которая предполагает общение по направлению «сверху вниз» или, наоборот, «снизу вверх». В подобных ситуациях речь идёт об иерархическом характере делового общения. Причём говорящий, как правило, занимает более высокий иерархический уровень, находясь как бы над слушателем и выступая по отношению к нему в роли подавляющего начала, своего рода «высшей инстанции». Вполне очевидно, что о равноправии участников разговора в подобных ситуациях говорить не приходится: слушателю остаётся только выслушать установку говорящего и осуществлять свои действия в соответствии с ней. При этом критическое отношение к тому, что говорится в сообщении адресанта, по большому счёту исключено. Таким образом, именно прямые тактики речевого воздействия оказываются более приспособленными к тем ситуациям, когда собеседников связывают иерархическими отношениями, поскольку прямая коммуникативная тактика будет тем более действенной, чем более пассивной будет роль слушателя.

Именно поэтому современному финансисту чрезвычайно важно не только выбрать прямую коммуникативную тактику, но и найти адекватные для её реализации языковые средства. Среди требований, предъявляемых к эффективным прямым тактикам речевого взаимодействия, необходимо выделить следующие:

1) сообщение предполагает, что коммуникативная цель говорящего не является предосудительной (т.е. может быть указана в сообщении без ущерба для последнего);

2) сообщение формулируется предельно чётко и допускает лишь одно верное толкование;

3) сообщение аргументировано или, по крайней мере, подлежит аргументации в случае необходимости;

4) аргументы – в том случае, если они есть, не содержат логических ошибок;

5) языковые единицы, отбираемые для сообщения, точно реферируют к речевой ситуации;

6) языковые единицы, отбираемые для сообщения, в идеале однозначны, а выражаемые ими понятия определены и градуированы точно<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Ключев Е.В. Речевая коммуникация: Успешность речевого воздействия. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – С. 157.

### **9.3. Опыт анализа речевого портрета успешных финансистов современности**

Исследование особенностей изучения *языкового портрета* в современной лингвистической науке, сопоставление понятий *языковой* и *речевой портрет*, а также анализ основных особенностей языкового портрета современного финансиста дают основание составить общий план описания языкового портрета, который может быть использован при портретировании представителя той или иной социальной группы, в том числе и современного финансиста.

#### **I. Анализ ярусов языка, отражённых в языковом портрете:**

1) фонетический уровень:

- а) общие особенности произношения;
- б) специфика акцентного выделения;
- в) возможные ошибки в произношении;

2) лексический уровень:

- а) использование лексики сферы деятельности в речи;
- б) богатство словарного запаса;
- в) использование выразительных возможностей языка;

3) грамматический уровень:

- а) специфика использования словообразовательных возможностей языка в речи;
- б) разнообразие грамматического строя речи;
- в) синтаксические особенности построения фраз.

#### **II. Исследование особенностей речевого поведения:**

1. Формулы общения.
2. Прецедентные феномены.
3. Языковая игра.

#### **III. Изучение лингвопрагматических особенностей:**

1. Оценка речевой ситуации общения.
2. Анализ коммуникативной роли.
3. Стратегия и тактики речевого поведения.

Составленный план может быть использован для анализа как коллективного, так и индивидуального языкового портрета. Попробуем провести анализ на примере языкового портрета В.В. Герщенко, избранного в качестве объекта портретирования ввиду его значительного статуса в финансовой сфере, богатого опыта работы в экономике и всеобщего признания его заслуг.

Виктор Владимирович Геращенко родился 21 декабря 1937 г. в г. Ленинграде (ныне – Санкт-Петербург) в семье банкира. В 1960 году окончил Московский финансовый институт (МФИ) и начал работать в должности бухгалтера Государственного банка СССР.

С 1961 по 1965 год работал бухгалтером, инспектором, экспертом Управления внешних и внутренних расчётов, начальником отдела Управления валютно-кассовых операций Внешторгбанка СССР. С 1965 по 1982 год работал в управлении Московского народного банка в Великобритании, затем – Ливане и Сингапуре.

В 1982 году назначен начальником Валютного управления, а затем заместителем председателя правления Банка внешнеэкономической деятельности СССР (с 1985 года – Внешэкономбанк). С 1983 по 1985 год он занимал пост заместителя председателя правления Банка для внешней торговли СССР. В 1985 году стал первым заместителем председателя правления Внешторгбанка СССР. В 1988 году был назначен первым заместителем председателя правления Банка внешнеэкономической деятельности СССР.

С 1989 по 1991 год возглавлял правление Государственного банка СССР. В 1991 году стал председателем Государственного банка СССР. С 1992 по 1994 год был председателем Центрального банка России (Банка России).

В 1994–1995 гг. работал советником в Научно-исследовательском институте (НИИ) банков Центрального банка РФ (НИИ банков ЦБ РФ). В 1996–1998 гг. был председателем правления Международного Московского Банка. С 1998 по 2002 год занимал пост председателя Центрального банка РФ.

Виктор Геращенко – старший научный сотрудник НИИ ЦБ РФ. Имеет степень доктора экономических наук и почётную профессорскую степень. Награжден двумя орденами Трудового Красного Знамени, орденом Почёта (1998 год, за заслуги перед государством и многолетний добросовестный труд), орденом «За заслуги перед Отечеством» III и IV степеней, орденом Дружбы народов, орденом Почёта, в мае 2001 года был награжден национальной общественной премией им. Петра Великого<sup>1</sup>.

Материалом для исследования языкового портрета В.В. Геращенко послужили тексты интервью, а также аудио- и видеозаписи выступлений на радио и телевидении.

---

<sup>1</sup> По материалам: Виктор Владимирович Геращенко. Биографическая справка // РИА-Новости. URL: <http://ria.ru/society/20081219/157645396.html> (дата обращения: 23.09.2016).

## ЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ В.В. ГЕРАЩЕНКО

### І. Анализ ярусов языка, отражённых в языковом портрете

#### 1) фонетический уровень:

Следует отметить, что речь В.В. Геращенко характеризуется высоким уровнем владения приёмами фонетической выразительности. Интонационный рисунок фраз, которые использует в своей речи финансист, позволяет заострить внимание на самом важном, на том, что является ключевым в его высказываниях.

Среди особенностей произношения в речи В.В. Геращенко можно выделить такое явление, как фонетический эллипсис, который проявляется в сокращении некоторых звуков (гласных или согласных) в произносимых словах; ср. примеры из интервью В.В. Геращенко телеканалу "Russia Today" от 24.04.2014: *будет [буит], сейчас [щас], как говорится [как грится]* и др. Отметим, что подобные эллиптированные единицы характерны для речи носителей русского языка и являются достаточно распространенными. Подчеркнём при этом, что использование таких фонетических сокращений в речи В.В. Геращенко не является регулярным, т.е. в каких-то случаях он использует фонетический эллипсис в указанных словах, а в каких-то произносит их достаточно чётко.

В своих телевизионных интервью с помощью акцентного выделения В.В. Геращенко может обозначить границу того или иного смыслового блока, причём сделать это с помощью языковой игры на фонетическом уровне. Так, например, в интервью телеканалу "Russia Today" от 24.04.2014 В.В. Геращенко говорит: *...все развивалось прекрас-но* (растягивая – прим. автора), *если бы развивалась экономика...* Подобное растягивание слова «прекрасно» как бы предваряет последующую часть мысли о том, что хорошему положению дел что-то помешало, было какое-то «но».

Речь В.В. Геращенко не лишена акцентологических ошибок. Отметим, в частности, неправильную постановку ударения в глагольной форме *начался* (вместо *начался*);

#### 2) лексический уровень:

Лексический запас объекта портретирования следует признать богатым. При этом необходимо отметить, что В.В. Геращенко использует финансовую лексику и терминологию достаточно свободно, как бы рассчитывая на то, что собеседник находится в общем контексте темы, что не всегда соответствует действительности.

сти; ср., напр., контекст: ...они заключали **форвардные контракты**... (из интервью телеканалу “Russia Today” от 24.04.2014); В своё время в стране было создано очень много банков по глупому законодательству. Вместо того, чтобы записать в законе о ЦБ и о банковской системе, что Центробанк разрешает или не разрешает создавать банк в зависимости от того, кто создаёт, какой капитал, какой **бэкграунд**, что эти люди знают и умеют, получилось совсем другое (РГ, 12.01.2016).

Подчеркнём также, что речь банкира не лишена разговорных лексических элементов, ср., напр.: И вся эта фикция чисто политическая оказалась **пшиком** (выступление на Форуме «Прогноз 2014», 19.12.2013); Да, раньше, когда нам **фартило** с ценами на нефть, народ привык жить получше, покомфортабельнее, поразнообразнее (РГ, 12.01.2016); Использование разговорных слов: Не надо **ломиться** за импортным деликатесом (РГ, 12.01.2016). Вероятнее всего, подобные единицы используются В.В. Геращенко, чтобы обозначить определённую близость к народным массам.

В.В. Геращенко активно использует средства выразительности, среди которых отметим риторические вопросы: Помню, один банк вообще имел рабочее помещение в квартире, а касса у него была на кухне. И он успешно существовал. Разве это дело? (РГ, 12.01.2016); пословицы: А сейчас ещё и с санкциями возникают проблемы, связанные с не всегда объективным ростом цен. Надо потерпеть. Терпение и труд всё перетрут (РГ, 12.01.2016);

### **3) грамматический уровень:**

Грамматический строй речи В.В. Геращенко в целом можно назвать разнообразным, что проявляется, например, в том, как виртуозно владеет В.В. Геращенко искусством использования нарочитой грамматической ошибки для выделения собственной мысли, придания ей нестандартного вида; ср.:

Видимо, у нас ещё иногда превалируют сложившиеся старые правила в хозяйстве, промышленности, управлении, и для людей талантливых, для людей, как говорится, **с мозгой** там [за границей] возможностей иногда больше (из интервью телеканалу “Russia Today” от 24.04.2014).

Следует отметить, что синтаксический рисунок речи В.В. Геращенко следует назвать достаточно разнообразным: он использует как простые, так и сложные предложения, в зависимости от речевой ситуации и коммуникативной целесообразности. Так, в интер-



вью телеканалу “Russia Today” от 25.04.2014 на просьбу ведущей прокомментировать возможность повторения в российской экономике сценария ситуации 1998 года В.В. Геращенко с использованием достаточно длинной сложноподчинённой конструкции с множеством придаточных компонентов попытался объяснить, почему ситуация 1998 года вообще была возможна в российской экономике конца 90-х годов XX века: *На мой взгляд, дефолт 1998 года был связан не с какой-то курсовой (правильной или неправильной) политикой Центрального Банка, а был он связан с тем, что у нас экономика развивалась очень плохо, и поэтому, для того чтобы сводить концы с концами в бюджете, мы стали выпускать ГКО<sup>1</sup>, что было совершенно правильно с точки зрения выпуска ценных бумаг, как во всём цивилизованном мире (они были трёхмесячные, шестимесячные и т.д.). Причём, когда было разрешено иностранцам тоже покупать российские облигации в рублях, они заключали форвардные контракты сначала с Центральным банком, потом с коммерческим банком, всё развивалось прекрасно, если бы развивалась экономика, но экономика развивалась плохо и, когда начался кризис, который начался с юго-восточной Азии (с Филиппин, с АСЕАНА), постепенно дошел и до нас, имея в виду, что была молодая экономика, экономически ещё не окрепшая, иностранцы стали продавать свои обязательства, купленные в рублях по курсу, который фиксировался в зависимости от спроса и предложения. А мы же платили по 120% по этим бумагам, это же сумасшествие. И поэтому мы попали в дефолт в 1998 году.*

При этом нельзя не подчеркнуть тот факт, что, несмотря на специфику так называемого «рваного синтаксиса», который «присущ большинству неподготовленных речевых высказываний»<sup>2</sup>, В.В. Геращенко, выстраивая причинно-следственные связи описываемого явления (в связи с чем его высказывания и изобилует придаточными конструкциями), последовательно приходит к выводу о неизбежности дефолта 1998 года в условиях тогдашней экономической обстановки в стране и мире, не отклоняясь от темы и не сбиваясь на другие рассуждения.

---

<sup>1</sup> ГКО – государственные краткосрочные обязательства.

<sup>2</sup> Синяева Т.Г., Логачёва М.И. Особенности синтаксиса на уровне дискурса // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2010. – № 3 (34): в 2-х ч. Ч. II. – С. 153–154.

Отметим, что устной речи В.В. Геращенко всё-таки характерны определённые шероховатости, обусловленные спецификой устной формы коммуникации:

- не всегда оправданный лексический повтор: *...дефолт 1998 года **был связан** не с какой-то курсовой (правильной или неправильной) политикой Центрального Банка, а **был он связан** с тем, что...; ...когда **начался** кризис, который **начался** с юго-восточной Азии...;*

- тавтологические сочетания: *...была молодая экономика, экономически ещё не окрепшая...;*

- не обусловленная логикой высказывания инверсия, которой можно было бы избежать: *Причём, когда было разрешено иностранцам тоже покупать российские облигации в рублях, они заключали форвардные контракты... вместо Причём, когда иностранцам тоже было разрешено покупать российские облигации в рублях, они заключали форвардные контракты... .*

## **II. Исследование особенностей речевого поведения**

### **1. Формулы общения**

Формулы общения, которые использует в своей речи В.В. Геращенко, во многом имеют целью привлечение и удержание внимания собеседника. Так, ответ на вопрос в интервью В.В. Геращенко зачастую начинается с фразы «Вы знаете», как бы привлекая собеседника к общему размышлению. При этом это словосочетание не используется банкиром настолько часто, чтобы отнести его к категориям фраз-паразитов.

### **2. Прецедентные феномены**

Текстов, отсылающих к каким-то культурологическим реалиям, в речи В.В. Геращенко сравнительно немного, что может быть обусловлено публичным характером его общения перед телевизионной аудиторией, культурный фон которой объекту портретирования может быть не до конца знаком. Однако порой встречаются контексты, отсылающие к общеизвестным реалиям, к которым, к примеру, относится советский кинематограф; ср., напр., контекст: *...мы ещё не живём в капиталистической экономике, мы только учимся...* (отсылка к фразе из художественного фильма 1947 года «Золушка»: «Я не волшебник, я только учусь»).

### **3. Языковая игра**

Явление языковой игры используется В.В. Геращенко в том случае, когда он понимает, что собеседник может оценить красоту явления. Например, в беседе с журналистом Алексеем Гурновым банкир заметил: *Я за этим делом, честно говоря, не очень слежу, я ведь не экономист, я даже не доктор, я **почётный** доктор, по **чётным** дням я иногда встречаюсь со студентами, а по **нечётным** я ловлю рыбу* (из интервью телеканалу “Russia Today” от 24.04.2014)

Не лишена речь В.В. Геращенко и определённой доли иронии, ср., напр.: *Я к чужим затеям не могу относиться серьёзно, поскольку я в них не принимал участие* (из интервью телеканалу “Russia Today” от 24.04.2014)

### **III. Изучение лингвопрагматических особенностей**

#### **1. Оценка речевой ситуации общения**

В последнее время В.В. Геращенко публично вынужден общаться в такой речевой ситуации, когда к нему обращаются в качестве эксперта, подчёркивая его большой опыт на посту руководителя Центрального банка СССР, а затем России.

#### **2. Анализ коммуникативной роли**

Рассмотрим специфику коммуникативных ролей В.В. Геращенко на основе классификации Н.Ю. Чигридовой.

Социально-профессиональная роль В.В. Геращенко предполагает его определённое коммуникативное поведение, поскольку он выступает в социальной роли эксперта. Кроме того, данная коммуникативная роль определяется следующими признаками:

1) хорошее образование (окончил Московский финансовый институт, ныне – Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»), а также богатый опыт, в том числе и зарубежный;

2) позиция в обществе: пользуется авторитетом в обществе, причём не только в сфере сугубо финансового сектора, но и в общественном секторе;

3) материальный фактор оценивается самим В.В. Геращенко весьма скромно; ср. высказывание: *Я получаю свою пенсию в рублях, трачу в рублях, за границей отдохнуть не собираюсь* (из интервью порталу «БИЗНЕС Online»).

Статусно-иерархическая роль В.В. Геращенко предполагает учёт в анализе коммуникативной ситуации социального статуса говорящих, т.е. их места в современном обществе. Как уже было сказано, во многом социальный статус объекта портретирования в современном обществе может быть определен как «эксперт в своей области». При этом В.В. Геращенко во многом не боится высказывать собственную точку зрения прямо. Например, диалог:

– *Как вы думаете, наша экономика больше замедляется из-за внешних факторов или из-за внутренних?*

– *Думаю, из-за внутренних факторов (РГ, 12.01.2016).*

При этом, когда у банкира нет чёткого ответа, он достаточно открыто об этом заявляет: *Если честно, я точно не знаю, из-за чего сегодня сложился нынешний курс рубля (РГ, 12.01.2016).*

Думается, что ввиду современного социального статуса эксперта у В.В. Геращенко в рамках его публичной деятельности спектр ситуативных ролей можно охарактеризовать как весьма широкий: эксперт в обсуждении общественно значимой проблемы, почётный гость на экономических форумах и др.

### ***3. Стратегия и тактики речевого поведения***

В целом речевое поведение В.В. Геращенко можно охарактеризовать как в высшей степени дипломатичное и строго в первую очередь по отношению к себе. Финансист не позволяет себе резких высказываний, необдуманных выпадов, слишком критичных и крайне негативных или позитивных оценок тех или иных фактов, явлений и процессов.

В.В. Геращенко в своих выступлениях обнаруживает двоякую позицию: с одной стороны, он может прямо высказать свою точку зрения с использованием модальных слов отношения к сообщаемому, с другой стороны, может занимать подчёркнуто отстранённую позицию; ср., например: ***Я считаю***, что в своё время была сделана колоссальная ошибка, когда разрешили нашим организациям (советским и российским после 1991 года) иметь валютные счета в банках (из интервью телеканалу “Russia Today” от 24.04.2014); *Что касается советов, то вы мою позицию поймите – я не суюсь, куда не надо* (из интервью portalу «БИЗНЕС Online»).

Таким образом, исследование фонетических, лексических и грамматических особенностей речи В.В. Геращенко позволяют сделать выводы о специфике языкового портрета на разных ярусах

языка; анализ формул общения, прецедентных феноменов и элементов языковой игры, используемых в речи, дают возможность выявить особенности речевого поведения, которое характеризуется определённой требовательностью как к себе, так и к собеседнику; изучение лингвопрагматических особенностей, включающее оценку речевой ситуации общения и анализ коммуникативной роли, может дать информацию о выбранной или наиболее подходящей стратегии речевого поведения, а также о наиболее эффективных коммуникативных тактиках.

Подводя итог проведённому анализу языкового портрета В.В. Геращенко, мы можем отметить, что этот человек является интересным объектом для портретирования, поскольку, с одной стороны, он обладает всеми лингвистическими особенностями современного финансиста (дипломатичность, определённая речевая строгость), а с другой – может быть охарактеризован как носитель языка, достаточно свободно владеющий им, чтобы в речи допускать ошибки для придания ей большей оригинальности, а также использовать в беседе явления языковой игры, каламбуры, иронию.

## **Выводы**

**1. Стратегия речевого поведения** представляет собой способ (линию) речевого поведения говорящего, который в определённой коммуникативной ситуации соотносится с конкретными задачами его взаимодействия с другими людьми.

**2.** Стратегии речевого поведения традиционно делятся на две группы: 1) **стратегии речевого информирования** (т.е. стратегии, которые направлены первую очередь на обмен информацией между адресатом и адресантом) и 2) **стратегии речевого воздействия** (т.е. стратегии, которые нацелены в основном на то, чтобы воздействовать на эмоции и последующие действия слушающего).

**3.** Среди коммуникативных стратегий поведения современного финансиста наиболее распространены следующие: 1) стратегия информационной полноты; 2) стратегия логической ясности; 3) стратегия краткости; 4) стратегия стандартизованности; 5) стратегия вежливости; 6) стратегия естественности, 7) стратегия экспрессивности, 8) стратегия социального престижа.

**4.** Под **тактикой речевого поведения** понимается однотипное речевое поведение, которое реализуется в большом количестве

текстов и через различные слова, фразы, жесты и мимику обнаруживает сходные намерения, демонстрирует определённое отношение к участникам речевого взаимодействия, показывает настрой относительно темы разговора, определяет место говорящего в данном коммуникативном акте, обуславливает тип его обращения с информацией.

5. При всём многообразии типов конкретных коммуникативных тактик так или иначе каждую из них можно отнести к одной из двух следующих групп: 1) прямые тактики речевого воздействия; 2) косвенные тактики речевого воздействия. Прямая тактика речевого воздействия относится к коммуникативным тактикам открытого типа, использование которых предполагает сообщение слушателю прямо того, что имеется в виду говорящим. Косвенная тактика предполагает скрытое, имплицированное выражение подлинных смыслов. Косвенная тактика побуждает и адресанта (скрывающего свои намерения) и адресата (извлекающего скрытые смыслы) к творческой активности.

6. К *эффективным прямым тактикам речевого взаимодействия* предъявляются следующие требования: 1) коммуникативная цель говорящего может быть указана в сообщении, не причиняя ущерб адресанту, т.е. не является предосудительной; 2) чёткая и однозначная формулировка сообщения; 3) аргументированность (прямая или предполагаемая) того, что сообщается; 4) аргументация, если она предполагается, не содержит логических нарушений; 5) языковые средства, которые используются для формулировки сообщаемого, соотносятся со спецификой коммуникативной ситуации; 6) средства выражения мысли однозначны, а понятия, которые они обозначают, точно определены и градуированы.

### → КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Что такое стратегия речевого поведения?
2. Какие разновидности выделяются среди стратегий скрытого речевого воздействия?
3. В чём состоит специфика стратегий речевого информирования?
4. Какие из видов речевых стратегий в поведении современного финансиста наиболее распространены?

5. Что называют тактикой речевого поведения?

6. В чём принципиальное различие прямых и косвенных тактик речевого поведения современного финансиста?

3. Какие требования предъявляются к прямым тактикам речевого взаимодействия?

### → ЗАДАНИЯ

1. Проанализируйте изображения наружной рекламы (см. приложение 2) и сделайте вывод о том, какие тактики использованы в каждом случае.

2. Смоделируйте (или вспомните) ситуацию из практики делового взаимодействия финансиста, в которых в одном случае предпочтительны прямые тактики речевого поведения, а в другом – косвенные.

3. Проведите социологический опрос среди студентов и преподавателей Финансового университета и определите, какой из видов речевых стратегий в поведении современного финансиста считается наиболее значимым.

### → ТЕСТЫ

1. Скрытое, имплицированное выражение подлинных смыслов предполагает:

- а) прямая речевая тактика;
- б) косвенная речевая тактика;
- в) произвольная речевая тактика;
- г) все ответы неверны.

2. Тактикой открытого типа считается:

- а) прямая речевая тактика;
- б) косвенная речевая тактика;
- в) произвольная речевая тактика;
- г) все ответы неверны.

3. Что из перечисленного не относится к требованиям, предъявляемым к эффективным прямым тактикам речевого взаимодействия:

а) сообщение формулируется предельно чётко и допускает лишь одно верное толкование;

- б) сообщение аргументировано;
- в) аргументы не содержат логических ошибок;
- г) языковые единицы, отбираемые для сообщения, многозначны.

4. Способ (линия) речевого поведения автора высказывания, в данной ситуации общения соотносимый с конкретными коммуникативными целями, – это:

- а) тактика речевого поведения;
- б) стратегия речевого поведения;
- в) тип речевого поведения;
- г) все ответы неверны.

5. Стратегия речевого поведения, связанная с тенденцией стереотипности и нормированности речи, – это:

- а) стратегия стандартизованности;
- б) стратегия информационной полноты;
- в) стратегия краткости;
- г) стратегия логической ясности.

6. Актуализаторами какой стратегии речевого поведения является разнообразная нерегламентированная, в том числе разговорная лексика, разговорные и диалоговые синтаксические конструкции:

- а) стратегия социального престижа;
- б) стратегия экспрессивности;
- в) стратегия естественности;
- г) стратегия вежливости.

7. Механизм актуализации какой стратегии выявляется через выбор между нейтральными общеупотребительными единицами и так называемыми престижными альтернативами в пользу последних:

- а) стратегия естественности;
- б) стратегия социального престижа;
- в) стратегия экспрессивности;
- г) стратегия вежливости.



## **ОТВЕТЫ НА ТЕСТЫ**

**Глава 1.** 1. г; 2. б; 3: 1–Б, 2–Г, 3–А, 4–Д, 5–В; 4. а; 5. г; 6. б; 7. б.

**Глава 2.** 1. а; 2:

<i>Язык</i>	<i>Речь</i>
Идеальная категория, культурное достояние, социальное явление, уровневая организация, функциональная система	Имплицитное явление, индивидуальное явление, линейная организация, материальная категория, эксплицитное явление

3. г; 4. а; 5. б; 6. а; 7. г.

**Глава 3.** 1. а; 2. в; 3. г; 4. в; 5. б; 6. а; 7. а.

**Глава 4.** 1. б; 2. а, в; 3. в; 4. а – м.р.; б – м.р.; в – ж.р.; г – с.р.; 5. а; 6. а – участвовал; б – стояло; в – посвящены; г – взяла; 7. а.

**Глава 5.** 1. в; 2. б; 3. г; 4. в; 5:

<i>Устойчивые предикативные единицы</i>	<i>Синтаксические глагольно-именные конструкции</i>	<i>Лексические речевые клише</i>
Бюджетный год закрыт, дебет и кредит сведены, проект профинансирован	Принимать меры, проводить кампанию	Авансированный капитал, альтернативные издержки, бюджетные ассигнования, базисная цена, в соответствии с требованием, венчурное производство, внутренний рынок, макроэкономические показатели, на основании изложенного, с соблюдением требований, с участием

6. а; 7. б.

**Глава 6.** 1. б; 2. в; 3. б; 4. а; 5. г; 6. а; 7. б.

**Глава 7.** 1. г; 2. г; 3. а; 4. г; 5. а; 6. а; 7. в.

**Глава 8.** 1. а; 2. г; 3. б; 4. г; 5. в; 6. б; 7. г.

**Глава 9.** 1. б; 2. а; 3. г; 4. б; 5. а; 6. б; 7. б.

## **ЛИТЕРАТУРА**

### *Нормативно-правовая база*

- 1 Конституция Российской Федерации. – М.: ГроссМедиа, 2009.
- 2 Федеральный закон от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» (ред. 05.05.2014).
- 3 Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015)
- 4 Закон РФ от 25.10.1991 № 1807-1 (ред. от 12.03.2014) «О языках народов Российской Федерации».
- 5 Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016).
- 6 Постановление Правительства РФ от 23.11.2006 № 714 «О порядке утверждения норм современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации, правил Русской орфографии и пунктуации».
- 7 Приказ Минобрнауки России от 29.05.2007 № 152 «О порядке проведения экспертизы грамматик, словарей и справочников, содержащих нормы современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации» (зарегистрировано в Минюсте России 02.07.2007 № 9747).
- 8 Приказ Минобрнауки России от 29.12.2008 № 401 (ред. от 08.06.2009) «Об утверждении списка высших учебных заведений и иных организаций, которыми проводится экспертиза грамматик, словарей и справочников, содержащих нормы современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации».
- 9 Приказ Минобрнауки России от 08.06.2009 № 195 «Об утверждении списка грамматик, словарей и справочников, содержащих нормы современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации».

## *Литература на русском языке*

10 *Акулова Е.В.* Речевой портрет Ларисы Гузеевой по материалам СМИ // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сборник научных трудов. Вып. 12 / под ред. М.А. Кормилицыной. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2012. – С. 148–155.

11 *Андрианов М.С.* Невербальная коммуникация: психология и право. – М.: Ин-т общегум. исслед., 2007.

12 *Атватер И.Я.* Вас слушаю / пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Экономика, 1988.

13 *Аутлеова Ф.Т.* Ценностно-смысловые ориентиры русского менталитета: социально-философский анализ: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – М., 1996.

14 *Базылев В.Н.* Политический дискурс в России // Политическая лингвистика. Вып. 15 / под ред. А.П. Чудинова. – Екатеринбург, 2005. – С. 5–32.

15 *Белинский В.Г.* Собрание сочинений: в 9 т. Т. 2. Статьи, рецензии и заметки, апрель 1838 – январь 1840. – М.: Художественная литература, 1977. URL: [http://ruslib.3dn.ru/publ/belinskij\\_vissarion\\_grigorevich\\_sto\\_russkikh\\_literatorov\\_izdanie\\_knigoprodavca\\_a\\_smirdina\\_a\\_tom\\_pervyj/1-1-0-3712](http://ruslib.3dn.ru/publ/belinskij_vissarion_grigorevich_sto_russkikh_literatorov_izdanie_knigoprodavca_a_smirdina_a_tom_pervyj/1-1-0-3712) (дата обращения: 23.09.2016).

16 *Белоусова А.С.* Архаизмы // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 37.

17 *Белоусова А.С.* Историзмы // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 159.

18 *Бельчиков Ю.А.* Эллипсис // Русский язык: Энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 638.

19 *Богин Г.И.* Модель языковой личности в её отношении к разновидностям текстов: дис. ... докт. филол. наук. – Калинин, 1984.

20 *Бодуэн де Куртенэ И.А.* О психических основах языковых явлений // Избранные труды по общему языкознанию. – М., 1963.

21 *Боргер Я.В.* Парцеллированные конструкции как показатель речевой интенции адресанта // Язык и стиль современных средств массовой информации: межвузовский сборник научных трудов. – М.: МГУП, 2007. – С. 39–44.

22 *Бориснёв С.В.* Социология коммуникации: учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

23 *Буслаев Ф.И.* О преподавании отечественного языка. – М., 1992.

24 *Валгина Н.С.* Активные процессы в современном русском языке. – М., 2003.

25 *Ванников Ю.В.* Парцелляция // Русский язык: энциклопедия. – 2-е изд., перераб. и доп. / гл. ред. Ю.Н. Караулов. – М.: Дрофа, 1997. – С. 328.

26 *Варнавских Н.В.* Типологические черты речевого поведения русско- и англоговорящих адвокатов (прагмалингвистический подход): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ростов н/Д, 2004.

27 *Васильева Н.В.* Термин // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 556.

28 *Верченко Е.П.* Типологический анализ менталитета граждан России и США в сфере делового общения: философско-культурологический аспект: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – М., 2006.

29 *Виноградов В.В.* О художественной прозе. – М.; Л., 1930.

30 *Виноградов В.В.* О языке художественной литературы. – М., 1959.

31 *Винокур Т.Г.* Речевой портрет современного человека // Человек в системе наук. – М.: Наука, 1989. – С. 361–370.

32 *Винокур Т.Г.* Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. – М.: Наука, 1993.

33 *Витгенштейн Л.* Философские исследования // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16: Лингвистическая прагматика. М., 1985. – С. 79–128.

34 *Выготский Л.С.* Избранные психологические исследования. – М.: 1956.

35 *Выготский Л.С.* Мышление и речь. – М.: АСТ, Астрель, 2011.

36 *Выготский Л.С.* Овладение вниманием. Собр. соч.: в 6 т. – М., 1983.

37 *Гавра Д.П.* Основы теории коммуникации. – СПб.: Питер, 2011.

38 *Гаврилова М.В.* Некоторые черты речевого портрета Президента России Д.А. Медведева // Вестник Тверского гос. ун-та. Сер.: Филология. – 2011. – № 1. – С. 4–10.

39 *Гаспаров Б.М.* Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. – М.: Новое литературное обозрение, 1996.

40 *Гойхман О.Я., Надеина Т.М.* Основы речевой коммуникации. – М.: ИНФРА-М, 1997.

41 *Голанова Е.И.* Активные процессы в сфере публичного общения // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX–XXI веков. – М.: Языки славянских культур, 2008. – С. 415–494.

42 *Гончарова Е.А.* Пути лингвостилистического выражения категорий автор – персонаж в художественном тексте. – Томск, 1984.

43 *Горбачевич К.С.* Изменение норм русского литературного языка. – Л., 1971.

44 *Горбачевич К.С.* Нормы современного русского литературного языка. – 3-е изд., испр. – М.: Просвещение, 1989.

45 *Горбунова М.Г.* Диалектика язычества и православия в структуре русского менталитета: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Нижний Новгород, 2001.

46 *Грайс Г.П.* Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. Лингвистическая прагматика: сборник: пер. с разн. яз.; сост. и вступ. ст. Н.Д. Арутюновой и Е.В. Падучевой; общ. ред. Е.В. Падучевой. – М.: Прогресс, 1985. – С. 217–237.

47 *Гребенник Л.В.* Процесс заимствования из немецкого языка на фоне взаимодействия двух культур // Учёные записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Сер.: Филология. – Симферополь, 2005. – № 1. – С. 103.

48 *Гридина Т.А.* Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург, 1996.

49 *Гумбольдт В. фон.* Избранные труды по общему языкознанию. – М., 1984.

50 *Гумбольдт В. фон.* Язык и философия культуры. – М., 1985.

51 *Дейк Т.А. ван.* Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989.

52 *Демьянков В.З.* Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 17–33.

53 *Дерепко С.А.* Формирование профессионального менталитета у курсантов военных учебных заведений: 1861–2003 гг.: дис. ... канд. пед. наук. – Кострома, 2003.

- 54 *Долинин К.А.* Интерпретация текста. – М., 1985.
- 55 *Еремина С.А., Потысьева А.Н.* Речевой портрет депутата Евгения Ройзмана // Политическая лингвистика. – 2005. – № 15. – С. 66–71.
- 56 *Ерина Н.А.* Психологические особенности профессионального менталитета государственных служащих: дис. ... канд. психол. наук. – М., 1997.
- 57 *Ерофеева Т.И.* Речевой портрет говорящего // Языковой облик уральского города. – Свердловск, 1990. – С. 90–91.
- 58 *Жинкин Н.И.* Речь как проводник информации. – М.: Наука, 1982.
- 59 *Жукова Л.В.* Особенности терминологии в устной научной речи (на материале экономических текстов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1992.
- 60 *Жунисбаева А.К.* Лингвопоэтическая характеристика речевого портрета литературного персонажа: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1987.
- 61 *Залевская А.А.* Введение в психолингвистику. – М.: Российский гос. гуманитар. ун-т, 2000.
- 62 *Звегинцев В.А.* Мысли о лингвистике. – М.: МГУ, 1996.
- 63 *Звегинцев В.А.* Язык и лингвистическая теория. – М., 2001.
- 64 *Земская Е.А.* Речевой портрет эмигрантки первой волны (третье поколение) // Русский язык в научном освещении. – 2008. – №1 (15). – С. 196–207.
- 65 *Земская Е.А.* Язык русского зарубежья: итоги и перспективы исследования // Русский язык в научном освещении. – М., 2001. – № 1. – С. 114–131.
- 66 *Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.Н.* Языковая игра // Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест / отв. ред. Е.А. Земская. – М., 1983. – С. 172–214.
- 67 *Зимняя И.А.* Лингвопсихология речевой деятельности. – М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2001.
- 68 *Зобов Р.А., Келасьев В.Н.* Русский и советский менталитет // Интеллигенция и нравственность. – М., 1993. – С. 36–54.
- 69 «И потомство отдаст ему справедливость...» Михаил Михайлович Сперанский: взгляд из XXI века. – Владимир: Изд-во ВГГУ, 2011.

70 *Иванищева О.Н.* Социолингвистический портрет приграничного северного региона: подходы и методы исследования: монография. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015.

71 *Иванцова Е.В.* Мир личности в прецедентных текстах // Проблемы лексикографии, мотивологии, дериватологии. – Томск: Изд-во Томского ун-та, 1998.

72 *Какорина Е.В.* Активные процессы в языке средств массовой информации // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX–XXI веков. – М.: Языки славянских культур, 2008. – С. 495–578.

73 *Каменская О.Л.* Текст и коммуникация. – М., 1990.

74 *Канчер М.А.* Языковая личность телеведущего в рамках русского риторического этоса (на материале игровых программ): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2002.

75 *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Гносиз, 2004.

76 *Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987.

77 *Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. – М.: Изд-во МГУП, 2002.

78 *Караулов Ю.Н.* Языковая личность // Русский язык: энциклопедия. – 2-е изд., перераб. и доп. / гл. ред. Ю.Н. Караулов. – М.: Дрофа, 1997. – С. 671–672.

79 *Картушина И.Г.* Формирование профессионального менталитета инженера по организации и управлению на транспорте: дис. ... канд. пед. наук. – Калининград, 2004.

80 *Кацнельсон С.Д.* Типология языка и речевое мышление. – М., 2002.

81 *Киршо С.М.* Современная русская финансово-кредитная терминология как система (лингвистический анализ): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Одесса, 1989.

82 *Китайгородская М.В. Розанова Н.Н.* Русский речевой портрет: Фонохрестоматия. – М.: РАН, Ин-т рус. яз., 1995.

83 *Китайгородская М.В.* Современная экономическая терминология (Состав. Устройство. Функционирование) // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – М.: Языки русской культуры, 1996. – С. 162–236.

84 *Клюев Е.В.* Речевая коммуникация: учебное пособие для университетов и вузов. – М., 1998.

85 *Кобякова М.А., Семейн Л.Ю.* Джордж Буш: речевой портрет политического лидера // Гуманитарное знание. Вып. 6. – Омск, 2002. – С. 145–150.

86 *Козырев В.А., Черняк В.Д.* Русская лексикография. – М., 2007.

87 *Колесов В.В.* Отражение русского менталитета в слове // Человек в зеркале наук: межвуз. сборник ЛГУ; под ред. А.О. Бороноева. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1991.

88 *Копелиович А.Б.* Именная категория лица в её отношении к грамматическому роду: материалы для спецкурса. – 2-е изд., испр. – Владимир: ВГПУ, 1997.

89 *Костомаров В.Г.* Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. – М.: Педагогика-Пресс, 1994.

90 *Костылев Ю.С.* Языковой портрет Иосипа Броз Тито в советской печати // Политическая лингвистика. – 2011. – №1 (35). – С. 139–142.

91 *Котелова Н.З.* Неологизмы // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 262.

92 *Котэ М.* Некоторые особенности американского и русского менталитетов // Журнал практического психолога. – 1998. – № 7. – С. 104–119.

93 *Кохтев Н.Н.* Ораторская речь // Русский язык: Энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 295.

94 *Кравченко Н.К.* Интегративная методика анализа коммуникативных ролей в разговорном дискурсе // Studia linguistica. Вып. 5. – М.: Киевский ун-т, 2011. – Ч. 2. – С. 343–349.

95 *Красных В.В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: Гнозис, 2003.

96 *Красных В.В.* Основы психолингвистики и теории коммуникации: лекционный курс. – М.: Гнозис; Кучково поле, 2001.

97 *Крысин Л.П.* Социально-речевые портреты носителей современного русского языка // Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация / под ред. Л.П. Крысина. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – С. 481–527.



98 *Крысин Л.П.* Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // Русский язык в научном освещении. Вып. 1. – М., 2001.– С. 90–106.

99 *Кубрякова Е.С.* Язык и знание: на пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. – М., 2004.

100 *Кузнецова Л.К.* Объём концепта «сильная языковая личность» // Язык образования и образование языка: материалы межд. науч. конф. – Великий Новгород, 2000. – С. 164–166.

101 *Культура русской речи: учебник для вузов / под ред. проф. Л.К. Граудиной и проф. Е.Н. Ширяева.* – М.: НОРМА–ИНФРА-М, 1999.

102 *Лазовская Н.В.* Языковая игра в рекламном дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2007.

103 *Ландсбург С.* Экономист на диване: экономическая наука и повседневная жизнь. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2012.

104 *Ларин Б.А.* О лингвистическом изучении города // Русская речь. Вып. 3. – Л., 1928. – С. 61–74.

105 *Леорда С.В.* Речевой портрет современного студента: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Саратов, 2006.

106 *Лотман Ю.М.* Портрет // Статьи по семиотике культуры и искусства. – СПб.: Академический проект, 2002. – С. 349–375.

107 *Ляпон М.В.* Языковая личность: поиск доминанты // Язык – система. Язык – текст. Язык – способность. – М., 1995.

108 *Максимов Б.К.* Речевой портрет молодёжи на фоне нашей жизни // Русский язык и современность. – 2011. – № 2. – С. 45–54.

109 *Максимов И.И.* Качество медицинской помощи и влияние профессионального менталитета медицинских работников на его непрерывное повышение: дис. ... канд. мед. наук. – М., 2004.

110 *Мамаева С.В.* Речевой портрет коллективной языковой личности школьников 5–7-х классов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Кемерово, 2007.

111 *Мандрик Н.В.* Торгово-экономическая лексика в русском языке XVII века: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Киев, 1988.

112 *Марцинковская Т.Д.* Русская ментальность и её отражение в науках о человеке. – М.: Агенство «Блиц», 1999.

113 *Матвеева Г.Г.* Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего: дис. ... д-ра филол. наук. – СПб., 1993.

114 *Можейко М.А.* Языковая игра // Новейший философский словарь. – Минск, 1999. – С. 1007–1008.

115 *Монкоша-Богдан Я.* Развитие коммерческой терминологии русского и польского языков 80–90 годах XX века: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – СПб., 1994.

116 *Морковкин В.В.* Антропоцентрический versus центрический подход к лексикографированию // Национальная специфика языка и её отражение в нормативном слове: сборник статей / отв. ред. Ю.Н. Караулов. – М., 1988.

117 *Морковкин В.В.* О синергетическом лексикографировании // Языковая личность: текст, словарь, образ мира. – М., 2006. – С. 351–36.

118 *Назарчук А.В.* Теория коммуникации в современной философии. – М.: Прогресс-Традиция, 2009. – С. 113–114.

119 *Негрышев А.А.* Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ: учебное пособие. – Владимир: ВГГУ, 2009.

120 *Негрышев А.А.* Языковая игра в СМИ: текстообразующие механизмы и дискурсивные функции // Inter-Cultural-Net: международный (электронный) научно-практический журнал. Вып. 5. – 2006. – С. 66–79.

121 *Николаева Т.М.* «Социолингвистический портрет» и методы его описания // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики: доклады Всесоюзной научной конференции. Ч. 2. – М., 1991. – С. 73–75.

122 *Орлова Е.В.* Формирование феномена «политическое знание»: возможности когнитивного подхода // Актуальные проблемы современной когнитивной науки: материалы международной научно-практической конференции. – Иваново: ОАО «Иваново», 2010. – С. 255–258.

123 *Осетрова Е.В.* Речевой портрет политического деятеля: содержательные и коммуникативные основания // Лингвистический ежегодник Сибири. Вып. 1 / под ред. Т.М. Григорьевой. – Красноярск, 1999. – С. 58–67.

124 *Осетрова Е.В.* Губернатор Красноярского края: наброски к речевому портрету // Российский лингвистический ежегодник Вып. 2(9) / под ред. Т.М. Григорьевой; Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2007. – С. 124–138.

125 *Осетрова Е.В.* Речевой имидж: учебно-методическое пособие / сост. Е.В. Осетрова. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2012.

126 *Падучева Е.В.* Речевая ситуация // Русский язык: Энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 480.

127 *Панов М.В.* Труды по общему языкознанию и русскому языку. Т. 1 / под ред. Е.А. Земской, С.М. Кузьминой. – М.: Языки славянской культуры, 2004.

128 *Панов М.В.* История русского литературного произношения XVIII–XX вв. – М., 1990.

129 *Панова М.Н.* Языковая личность государственного служащего: опыт лингвометодического исследования. – М.: РУДН, 2004.

130 *Парсамова В.Я.* Языковая личность учёного в эпистолярных текстах (на материале писем Ю.М. Лотмана): дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2004.

131 *Паршина О.Н.* Риторический портрет В.В. Путина // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сборник научных трудов / под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2005. – Вып. 5. – С. 25–35.

132 *Пирогова Ю.К.* Речевое воздействие и игровые приёмы в рекламе // Рекламный текст: семиотика и лингвистика. – М.: Изд. дом Гребенникова, 2000. – С. 169.

133 *Подчасова С.В.* Брокеры, дилеры и другие посредники / Семантический анализ слов // Русская речь. – 1994. – № 5. – С. 49–54; № 6. – С. 52–56.

134 *Полежаев Д.В.* Русский менталитет: опыт социально-философского анализа: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Волгоград, 2009.

135 *Привалова И.В.* Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации). – М., 2005.

136 *Прохоров Ю.Е.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. – М., 1996.

137 Прохоров Ю.Е. Русские: коммуникативное поведение / Ю. Е. Прохоров, И. А. Стернин. – М.: Флинта: Наука, 2006.

138 Пьянова М.В. Идиоматика речевого портрета литературного персонажа: на материале английской художественной литературы: дис. ... канд. филол. наук. – М., 1997.

139 Реализация системы языка в речи / отв. ред. Т.А. Амирова, Е.С. Кубрякова; АН СССР. Ин-т языкознания, Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М. Тореза. – М. 1986.

140 Речевая ситуация // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003. – С. 480.

141 Рожественская Н. Управленческая коммуникация как основа успешной деятельности руководителя // Народное образование. – 2001. – № 1.

142 Руженская З.С. Педагогические условия формирования профессионального менталитета будущего учителя: дис. ... канд. пед. наук. – Магнитогорск, 2002.

143 Русский язык и его функционирование. Коммуникативно-прагматический аспект. – М.: Наука, 1993.

144 Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Катаева. – 12-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – С. 179–180.

145 Русский язык и советское общество. Морфология и синтаксис современного русского литературного языка / под ред. М.В. Панова. – М., 1968.

146 Санак В.Н. Национальные и международные термины в русской торгово-экономической терминологии: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1995.

147 Седых А.П. Коммуникативный портрет Николая Саркози // Политическая лингвистика. – 2011. – № 2. – С. 49–53.

148 Серль Дж. Р. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. – М.: Прогресс, 1986. URL: [http://www.classes.ru/grammar/159.new-in-linguistics-17/source/worddocuments/\\_5.htm](http://www.classes.ru/grammar/159.new-in-linguistics-17/source/worddocuments/_5.htm) (дата обращения: 23.09.2016).

149 Сильнова Е.И. Проектирование нового склада мышления в образовании как методологическая задача гуманитарного познания // Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. К 80-летию проф. М.С. Кагана. Материалы международной научной

конференции (Санкт-Петербург, 2001). Сер.: Symposium. Вып. 12. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. – С. 129–134.

150 *Скляревская Г.Н.* Об одном словаре антропоцентрического типа // *Языковая личность: текст, словарь, образ мира.* – М., 2006. – С. 365–377.

151 *Современный русский язык: учебник / под ред. Н.С. Валгиной.* – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: Логос, 2002.

152 *Соколова В.В.* Культура речи и культура общения. – М., 1995.

153 *Соссюр Ф. де.* Курс общей лингвистики. – М., 1933. – С. 39.

154 *Стернин И.А.* Введение в речевое воздействие. – Воронеж, 2001.

155 *Стернин И.А.* О понятии коммуникативного поведения // *Kommunikativ funktionale Sprachbetrachtung.* – Halle, 1989. – S. 2.

156 *Стиль человека: психологический анализ.* – М.: Смысл, 1998.

157 *Сугоная Л.П.* Роль прецедентных текстов в формировании языковой личности. – М.: МГТУ, 2000. URL: [http://www.mstu.edu.ru/science/conferences/11ntk/materials/section3/section3\\_2.html](http://www.mstu.edu.ru/science/conferences/11ntk/materials/section3/section3_2.html) (дата обращения: 23.09.2016).

158 *Супрун А.Е.* Лекции по теории речевой деятельности. – Минск: БГУ, 1996.

159 *Тарасенко Т.П.* Языковая личность старшеклассника в аспекте её речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Краснодар, 2007.

160 *Тарасов Е.Ф.* К построению теории речевой коммуникации // *Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф.* [и др.]. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. – М., 1979. – С. 5–31.

161 *Телия В.Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвострановедческий аспекты. – М.: Школа и языки русской культуры, 1998.

162 *Тер-Минасова С.Г.* Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие. – М.: Слово/Slovo, 2000.

163 *Холодная М.А.* Когнитивные стили: о природе индивидуального ума. – М.: ПЕРСЭ, 2002.

164 *Холодная М.А.* Психологический статус когнитивных стилей: предпочтения или «другие» способности? // *Психологический журнал.* – 1996. – Т. 17. – № 1. – С. 61–69.

- 165 *Хэллiday М.* Теория речевых актов. – М.: Исток, 1997.
- 166 *Чернухина И.Я.* Принципы организации художественного прозаического текста. – М., 1978.
- 167 *Чигридова Н.Ю.* Речевое поведение коммуниканта в жанре деловых эпистолярных диссертаций: дис. ... канд. филол. наук. – Ростов Н/Д, 1999.
- 168 *Чурилина Л.Н.* «Языковая личность» в художественном тексте. – М., 2006.
- 169 *Цветов В.Я.* Пятнадцатый камень сада рёандзи. Япония как мировая научно-исследовательская лаборатория: социальный менеджмент и общественное устройство. – М.: Политиздат, 1991.
- 170 *Шведова Н.Ю.* Активные процессы в современном русском синтаксисе (словосочетание). – М.: Просвещение, 1966.
- 171 *Шкуратова И.П.* Когнитивные стили как регуляторы мировосприятия личности. URL: <http://www.ksu.ru/ss/cogsci04/science/cogsci04/256.doc> (дата обращения: 23.09.2016).
- 172 *Шмелева И.Н.* Торговая терминология XVI в. (по материалам торговой книги) // Начальный этап формирования русского национального языка. – Л: Изд-во ЛГУ, 1961. – С.179–186.
- 173 *Шунейко А.А., Авдеенко А.А.* Тактики речевого поведения // Русская речь. – М.: Наука, 2010. – № 2. – С. 57–63.
- 174 *Щерба Л.В.* Языковая система и речевая деятельность. – М.: Едиториал УРСС, 2004.
- 175 *Юдина Н.В.* Имена прилагательные из сферы финансовой лексики в русском языке XXI века // Языковые категории и единицы: синтагматический аспект: Материалы X Международной научной конференции, посвящённой 60-летию кафедры русского языка. – Владимир, 2013. – С. 673–679.
- 176 *Юдина Н.В.* Русский язык в XXI веке: кризис – эволюция – прогресс? – М.: Гнозис, 2010.
- 177 *Юдина Н.В.* Финансовая лексика в современном русском языке: актуальные вопросы и перспективы изучения // 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 / сост. М.Л. Ремнёва, А.А. Поликарпов, О.В. Кукушкина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2014. – С. 188–189.
- 178 *Языковая личность: текст, словарь, образ мира.* – М., 2006.

### *Лексикографические источники*

179 Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 2000. – С. 1220.

180 *Даль В.И.* Толковый словарь живого великорусского языка. – М.: Русский язык, 1978.

181 *Жеребило Т.В.* Словарь лингвистических терминов. – 5-е изд., испр. и дополнен. – Назрань: Пилигрим, 2010.

182 Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник. – М., 2003.

183 *Ляшевская О.Н., Шаров С.А.* Частотный словарь современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка). – М.: Азбуковник, 2009. URL: <http://dict.ruslang.ru/freq.php?> (дата обращения: 23.09.2016).

184 Психология: словарь / под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Политиздат, 1990.

185 *Резниченко И.Л.* Словарь ударений русского языка. – М.: АСТ-ПРЕСС, 2008.

186 *Розенталь Д.Э., Теленкова М.А.* Словарь-справочник лингвистических терминов. – 2-е изд. – М.: Просвещение, 1976.

187 Русский язык: Энциклопедия / под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая российская энциклопедия, 2003.

188 *Скляревская Г.Н.* Современный толковый словарь живого русского языка. Обоснование концепции. Пробные словарные статьи. – СПб., 2004.

189 Словарь языка Пушкина: в 4 т. / отв. ред. акад. АН СССР В.В. Виноградов. – 2-е изд., доп. / РАН. Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. – М.: Азбуковник, 2000.

190 Справочник по законодательству для работников органов прокуратуры, суда и министерства внутренних дел. Т. 1. – М.: Юридическая литература, 1971.

191 ТСРЯ 2003 – Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г.Н. Скляревской. – М., 2003.

192 Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Республика, 2001.

193 Частотный словарь русского языка / под ред. Л.Н. Засориной. М.: Русский язык, 1977.

*Литература на иностранных языках*

194 *Festinger L.* A Theory of Cognitive Dissonance. – Evanstone, 1957.

195 *Gumperz J.J.* Speech variations and the study of Indian civilization. – AA, 1961, 63, 976–988.

196 *Heider F.* Attitudes and Cognitive Organizations // Journal of Psychology. – V. 21. – 1946.

197 *Heider F.* Social Perception and Phenomenal Causality. – N. Y., 1944.

198 *Heider F.* The Psychology of Interpersonal Relations. – N. Y., 1958.

199 *Kurath H. and McDavid R.I., Jr.* The Pronunciation of English in the Altantic States. – Ann Arbor, University of Michigan Press, 1961.

200 *Leech G.* Principles of Pragmatics. – London: Longman, 1983. – 367 p. – P. 123.

201 *McDavid R. I., Jr. and McDavid V.* The relationship of the speech of American Negroes to the speech of Whites // American Speech. – 1951. – № 26. – P. 3–17.

202 *Newcomb T.M.* An Approach to the Study of Communicative Acts // Psychological Review. – V. 60. – 1953.

203 *Osgood C.E., Tannenbaum P.* The Principle of Congruity in the Prediction of Attitude Change // Psychological Review. V. 62. – 1955.

204 *Sillars A.L., & Vangelisti A.L.* Communication: Basic properties and their relevance to relationship research // A.L. Vangelisti & D. Perlman (eds.). The Cambridge Handbook of Personal Relationships. – N. Y.: Cambridge University Press, 2006. – P. 331–351.



## **ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ**

*Сайты, посвящённые проблемам русского языка и культуры речи:*

<http://www.gramota.ru/>

<http://www.about-russian-language.com>

<http://www.grammar.ru>

<http://ruslang.narod.ru/>

[www.ruthenia.ru/apr/index.htm](http://www.ruthenia.ru/apr/index.htm)

[www.philology.ru](http://www.philology.ru)

*Сайты, содержащие учебные и учебно-методические материалы по русскому языку и предназначенные для учителей и преподавателей русского языка, детей и родителей детей, изучающих русский язык:*

<http://rus.1september.ru/>

<http://starling.rinet.ru/>

*Сайты, содержащие лексикографические источники и словари:*

<http://www.yamal.org/ook/>

<http://www.rhymes.amlab.ru>

<http://www.sokr.ru/>

*Специализированные сайты по риторике:*

<http://www.ritorika.spb.ru/>

<http://www.orator.ru/>

<http://clubritorika.narod.ru/>



**ДЕНЕЖНЫЕ ЗНАКИ ГОСУДАРСТВ**

*1. Банкнота в 1 юань*

*Юань* – современная денежная единица Китайской Народной Республики. На лицевой стороне изображён Мао Дзэдун (1893–1976) – китайский государственный и политический деятель XX века, главный теоретик маоизма.



*2. Банкнота в 50 лари*

*Лари* – национальная валюта Грузии. Лицевая сторона содержит портрет Тамары (1166–1213), царица Грузии, а также изображение грифона из храма Грузинской Православной Церкви в селе Самтависи, который является кандидатом на включение в список всемирного наследия ЮНЕСКО.



### 3. Банкнота в 100 индийских рупий

Рупия – денежная единица Индии.

На лицевой стороне изображён Махатма Ганди (1869–1948) – индийский политический и общественный деятель, один из руководителей и идеологов движения за независимость Индии от Великобритании.



### 4. Банкнота в 2000 иен

Иена – денежная единица Японии, одна из основных резервных валют мира.

На лицевой стороне изображены ворота Шуреймон на Окинаве – вторые главные ворота замка Сюри, построенные в XVI веке.



### 5. Банкнота в 500 монгольских тугриков

Тугрик – денежная единица Монголии. На лицевой стороне изображен Чингисхан (1155 – 1227) – основатель и первый великий хан Монгольской империи, объединивший разрозненные монгольские племена; полководец, организовавший завоевательные походы монголов в Китай, Среднюю Азию, на Кавказ и Восточную Европу.



### 6. Юбилейный выпуск банкноты в 50 польских злотых

Злотый – национальная валюта Польши. На лицевой стороне изображён Кароль Юзеф Войтыла (1920–2005) – папа римский Иоанн Павел II, предстоятель Римско-католической церкви с 16 октября 1978 по 2 апреля 2005 г.



ПРИМЕРЫ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ<sup>1</sup>



Наружная реклама оператора сотовой связи



Наружная реклама Владимирского ипотечного фонда

<sup>1</sup> Фотографии – М. Мойсеянчик.



Наружная реклама оператора сотовой связи



Наружная реклама магазина бытовой техники



Наружная реклама службы такси

**СОВКОМБАНК**

**НУЖЕН ХОРОШИЙ ПРОЦЕНТ ПО ВКЛАДУ?**

**13% годовых\***

вклад «Максимальный доход»

звонки по России бесплатны **8 800 100 000 6**

\*ВКЛАД «МАКСИМАЛЬНЫЙ ДОХОД» ДЛЯ ФИЗ. ЛИЦ. МИН. СУММА 30 000 РУБ. СРОК 3 ГОДА. СУММА ПОПОЛНЕНИЯ: ОТ 1 000 РУБЛЕЙ. СУММА ПОПОЛНЕНИЙ НЕ МОЖЕТ ПРЕВЫШАТЬ ПЕРВОНАЧАЛЬНУЮ СУММУ ВКЛАДА, УКАЗАННУЮ В ДОГОВОРЕ. СТАВКА 13% ГОДОВЫХ ПРИ ВОСТРЕБОВАНИИ ВКЛАДА НА СРОКЕ 91 ДЕНЬ, 11,5% ГОДОВЫХ - НА СРОКЕ 366 ДНЕЙ, 10,5% ГОДОВЫХ - НА СРОКЕ 731 И 1096 ДНЕЙ. ПРИ СНЯТИИ СРЕДСТВ НА ИНЫХ СРОКАХ, КРОМЕ УКАЗАННЫХ, ПРОЦЕНТЫ ВЫПЛАЧИВАЮТСЯ ИСХОДЯ ИЗ НАИБОЛЬШЕГО ПОЛНОГО ПЕРИОДА НАХОЖДЕНИЯ СРЕДСТВ ВО ВКЛАДЕ, А ЗА ПЕРИОД, ПРЕВЫШАЮЩИЙ ДАННЫЙ СРОК - ПО СТАВКЕ 0,1% ГОДОВЫХ; НА СРОКЕ МЕНЕЕ 91 ДНЯ - 0,1% ГОДОВЫХ. ПАО «СОВКОМБАНК». ГЕНЕРАЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ ЦБ РФ №963. НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ.

Вклады застрахованы  
Система Страхования Вкладов

Наружная реклама банка

Все возможности сэкономить в одном МЕТРО!

**РЕВОЛЮЦИЯ  
ВЫГОДНЫХ  
ПОКУПОК**

Стиральный порошок  
**УШАСТЫЙ НЯНЬ**  
2,4 кг



298,00  
**139,00**, 1 шт.

цена  
**-50%**  
пополам

Предложение действительно с 17.09.15 по 30.09.15 в ТЦ МЕТРО. Наличие товаров в торговых центрах ограничено товарными запасами на складе. Покупки осуществляются только держателями карты клиента. Цена указана в рублях с НДС. Общий срок акции «Революция выгодных покупок» с 10.09.15 по 28.10.15. Подробные условия акции на сайте [www.metro-cc.ru](http://www.metro-cc.ru). \* YOU&METRO-«Вы и МЕТРО».

**YOU & METRO**

Наружная реклама гипермаркета

**ДЕРЖИТЕ  
КАРТУ**

**И ГОВОРИ С СЕМЬЕЙ БЕСПЛАТНО**  
Со второй по сто двадцатую минуту внутри сети в домашнем регионе

**4G+ | МЕГАФОН**

РУБ. | МИН.

Подробности на [www.megafon.ru](http://www.megafon.ru)



Наружная реклама оператора сотовой связи





Наружная реклама АИЖК

**SAMSUNG**

Поддержка  
**4G**

Samsung  
**GALAXY J1\***

\*\*Галакси джей





**Лучшие\* цены  
на смартфоны**

6990

**ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ С 29.09.15 ПО 12.10.15**

\*Наиболее низкой цены конкурента из утвержденного списка конкурентов на идентичный товар в соответствии с правилами программы. Программа «Гарантия лучшей цены» действует с 01.07.15 по 31.12.15 во всех магазинах М.Видео, включая интернет-магазины (покупки, совершенные на сайте mvideo.ru). Товар может быть продан по цене конкурента, если конкурент вводит в утверждённый список конкурентов для города обращения, сравниваемые товары идентичны. Подтверждением цены конкурента является: официальный сайт конкурента (с учетом города), оригинальный рекламный материал или товарный чек. При сравнении учитываются только цены, относящиеся к городу обращения, и без учета применения индивидуальных скидок, специальных скидочных средств, скидок на комплекты, скидок по кредитным программам; относящиеся к кондиционному, новому товару; не являющиеся ценовой или типографической ошибкой. В программе участвуют только физические потребители. Цена по программе является конечной, другие скидки не применяются, за исключением бонусных рублей, подарочных карт гибкого номинала и виртуальных подарочных сертификатов. С 29.09.15 по 12.10.15 в случае удовлетворения требования клиента в рамках программы «Гарантия лучшей цены» выдается один купон на 1000 рублей. Прием купонов - с 03.11.15 по 23.11.15, предоставляет скидку до 20% от стоимости товара. Цены фиксированы, действительны с 29.09.15 по 12.10.15. Полный текст правил Программы с учетом установленных ограничений, группы участвующих товаров уточняйте в магазинах, по телефону 8-800-200-777-5 или на сайте [www.mvideo.ru](http://www.mvideo.ru). Продавец и организатор акции: ООО «М.видео Менеджмент», 105066, Россия, город Москва, улица Нижняя Красносельская, дом 40/12, корпус 20, ОГРН 105746840095. На правах рекламы.



**нам не всё равно**

Наружная реклама магазина бытовой техники

# **ОГЛАВЛЕНИЕ**

Введение .....	5
<b>Глава 1. КАТЕГОРИЯ ЯЗЫКОВОГО ПОРТРЕТА В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ НАУКЕ .....</b>	<b>7</b>
1.1. Понятие языкового портрета в лингвокогнитивной парадигме ..	7
1.2. Языковой портрет и языковая личность .....	17
1.3. Основные уровни и параметры описания языкового портрета....	27
Выводы .....	38
Контрольные вопросы .....	40
Задания .....	40
Тесты .....	41
<b>Глава 2. ЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ VS РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ: ОБЩЕЕ И РАЗЛИЧИЕ .....</b>	<b>44</b>
2.1. Язык и речь: соотношение понятий в структуре языкового портрета .....	44
2.2. Языковой и речевой портрет: многоаспектность дефиниций...	53
2.3. Речевой портрет: коллективный и индивидуальный .....	59
Выводы .....	63
Контрольные вопросы .....	65
Задания .....	65
Тесты .....	66
<b>Глава 3. ФИНАНСОВАЯ ЛЕКСИКА И ЕЁ РОЛЬ В РЕЧИ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА .....</b>	<b>68</b>
3.1. Актуальные проблемы изучения финансовой лексики в современном русском языке .....	68
3.2. Основные разряды финансовой лексики в современном русском языке.....	71
3.3. Активные процессы в современной финансовой лексике.....	82
Выводы.....	90
Контрольные вопросы .....	92
Задания .....	92
Тесты .....	93
<b>Глава 4. ЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА: НЕКОТОРЫЕ ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ .....</b>	<b>95</b>
4.1. Функционирование языковых единиц в речи финансиста: словообразовательный уровень .....	95
4.2. Морфологические особенности языкового портрета совре- менного финансиста .....	98
4.3. Специфика языкового портрета современного финансиста в области синтаксиса.....	101

Выводы.....	106
Контрольные вопросы .....	107
Задания .....	108
Тесты .....	108
<b>Глава 5. ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА .....</b>	<b>110</b>
5.1. Понятие речевого поведения в современной науке о языке .....	110
5.2. Этикетные формулы и речевые клише в речи современного финансиста .....	114
5.3. Языковая игра в финансовой сфере .....	120
Выводы .....	129
Контрольные вопросы .....	130
Задания .....	130
Тесты .....	130
<b>Глава 6. ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА .....</b>	<b>133</b>
6.1. Характеристика речевой ситуации общения современного финансиста .....	133
6.2. Эффективность речевого взаимодействия как фактор успеш- ности финансиста .....	142
6.3. Активные процессы в публичных сферах речевого общения современного финансиста .....	156
Выводы .....	159
Контрольные вопросы .....	160
Задания .....	160
Тесты .....	161
<b>Глава 7. КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ РЕЧИ ФИНАНСИСТА .....</b>	<b>163</b>
7.1. Коммуникативные роли современного финансиста .....	163
7.2. Причины коммуникативных неудач в речи современного финансиста и пути их преодоления .....	172
7.3. Основные коммуникативные качества речи современного финансиста .....	178
Выводы .....	190
Контрольные вопросы .....	192
Задания .....	193
Тесты .....	194

<b>Глава 8. РИТОРИЧЕСКИЕ КАНОНЫ В РЕЧИ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА</b> .....	196
8.1. Роль ораторского мастерства в работе финансиста .....	196
8.2. Виды ораторской речи в финансовой сфере .....	200
8.3. Основные этапы организации публичного выступления финансиста .....	206
Выводы .....	220
Контрольные вопросы .....	222
Задания .....	222
Тесты .....	223
<b>Глава 9. ТАКТИКИ И СТРАТЕГИИ ЭФФЕКТИВНОЙ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА</b> .....	225
9.1. Стратегия формирования речевого портрета как фактор самореализации финансиста .....	225
9.2. Тактики речевого поведения успешного финансиста .....	230
9.3. Опыт анализа речевого портрета успешных финансистов современности .....	237
Выводы .....	245
Контрольные вопросы .....	246
Задания .....	247
Тесты .....	247
<b>Ответы на тесты</b> .....	249
<b>Литература</b> .....	250
<b>Интернет-ресурсы</b> .....	265
<b>Приложение 1. Денежные знаки государств</b> .....	266
<b>Приложение 2. Примеры наружной рекламы</b> .....	269

# **CONTENTS**

Introduction .....	5
<b>Chapter 1. LANGUAGE PORTRAIT AS A LANGUAGE CATEGORY IN MODERN LINGUISTICS .....</b>	<b>7</b>
1.1. The concept of language portrait in the linguo-cultural paradigm....	7
1.2. Language portrait and language personality.....	17
1.3. Ground levels and properties of the language portrait description....	27
Summary .....	38
Test questions .....	40
Tasks .....	40
Quiz .....	41
<b>Chapter 2. LANGUAGE PORTRAIT VS SPEECH PORTRAIT: COMMON FEATURES AND DIFFERENCES .....</b>	<b>44</b>
2.1. Language and speech: concept correlations in the structure of lan- guage portrait .....	44
2.2. Language and speech portrait: multi-aspect definitions .....	53
2.3. Speech portrait: group and individual .....	59
Summary .....	63
Test questions .....	65
Tasks .....	65
Quiz .....	66
<b>Chapter 3. FINANCIAL VOCABULARY AND ITS FUNCTION IN THE SPEECH OF A MODERN FINANCIER .....</b>	<b>68</b>
3.1. Challenging issues of the financial vocabulary study in the Modern Russian language .....	68
3.2. The main categories of financial vocabulary in the Modern Russian language .....	71
3.3. Active processes in contemporary financial vocabulary .....	82
Summary .....	90
Test questions .....	92
Tasks .....	92
Quiz .....	93
<b>Chapter 4. LANGUAGE PORTRAIT OF A MODERN FINANCIER: SPECIFIC GRAMMAR FEATURES .....</b>	<b>95</b>
4.1. Functioning of language units in the speech of a financier: word formation .....	95
4.2. Morphological peculiarities of language portrait of a modern financier .....	98
4.3. Specific syntax character of language portrait of a modern financier ..	101

Summary .....	106
Test Questions .....	107
Tasks .....	108
Quiz .....	108
<b>Chapter 5. SPECIFIC NATURE OF THE SPEECH BEHAVIOUR OF A MODERN FINANCIER .....</b>	<b>110</b>
5.1. Speech behaviour concept in modern linguistics .....	110
5.2. Speech patterns and clichés in the speech of a modern finan- cier .....	114
5.3. A language game in the financial field .....	120
Summary .....	129
Test questions .....	130
Tasks .....	130
Quiz .....	130
<b>Chapter 6. PRAGMATIC FEATURES OF SPEECH PORTRAIT OF A MODERN FINANCIER .....</b>	<b>133</b>
6.1. Characteristics of a speech situation of a modern financier's communication .....	133
6.2. Efficiency of the speech interaction as a factor of a financier's success .....	142
6.3. Active processes in the public communication of a modern financier .....	156
Summary .....	159
Test questions .....	160
Tasks .....	160
Quiz .....	161
<b>Chapter 7. COMMUNICATIVE ASPECT OF A MODERN FINANCIER'S SPEECH .....</b>	<b>163</b>
7.1. Communicative roles of a modern financier .....	163
7.2. Causes of communicative failures in the speech of a modern finan- cier and ways of their management .....	172
7.3. The main communicative properties of the speech of a modern financier .....	178
Summary .....	190
Test questions .....	192
Tasks .....	193
Quiz .....	194

<b>Chapter 8. RHETORICAL CANONS IN THE SPEECH OF A MODERN FINANCIER</b> .....	196
8.1. Declamatory skills in the activity of a modern financier .....	196
8.2. Types of the declamatory speech in the financial field .....	200
8.3. The main steps in the arrangement of the public speech .....	206
Summary .....	220
Test questions .....	222
Tasks .....	222
Quiz .....	223
<b>Chapter 9. TACTICS AND STRATEGIES OF THE SUCCESSFUL SPEECH COMMUNICATION OF A MODERN FINANCIER</b> .....	225
9.1. The strategy of the speech portrait building as a factor of a financier's self-expression .....	225
9.2. Tactics of the speech behaviour of a successful financier .....	230
9.3. Speech portrait analysis of the successful financiers of the modern time .....	237
Summary .....	245
Test questions .....	246
Tasks .....	247
Quiz .....	247
<b>Keys</b> .....	249
<b>References</b> .....	250
<b>Internet-resources</b> .....	265
<b>Supplement 1. Banknotes States</b> .....	266
<b>Supplement 2. Examples of outdoor advertising</b> .....	269

*Учебное издание*

**Наталья Владимировна Юдина,  
Екатерина Александровна Кузнецова**

**ЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСИСТА**

**Учебник для бакалавров**

Публикуется в авторской редакции  
Техническое редактирование и верстка Л.В. Шитовой  
Оформление обложки П.М. Федорова

Подписано в печать 02.12.2016  
Формат 60×90/16. Гарнитура Cambria  
Усл. п.л. 17,5. Уч.-изд. л. 13,6. Тираж 130 экз. Заказ № 1240

**Финансовый университет**  
*125993 (ГСП-3), Москва, Ленинградский просп., 49*

*Отпечатано в Издательстве Финансового университета*