

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.8.21>

Ван Пэн

Способы представления знаний в наивной риторике (по данным паремиологического фонда русского языка)

Целью исследования является характеристика речевых и языковых способов, с помощью которых представлены знания в наивной риторике. Научная новизна работы заключается в выделении признаков, определяющих на фоне научной риторики своеобразие наивного риторического знания. В результате исследования установлено, что формы знания в наивной риторике отличаются следующей спецификой: 1) прескриптивностью в передаче традиционного знания, реализующейся в том числе посредством пословиц; 2) отсутствием терминообозначений для субъекта и объекта речевого воздействия; 3) наличием оценочных предикатов в предписательных суждениях; 4) многообразием экспрессивных средств, конкретизирующих информацию о речевом воздействии (поговорки, антонимы, слова образа действия и т.д.).

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2020/8/21.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 8. С. 109-114. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2020/8/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Русский язык

Russian Language

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.8.21>

Дата поступления рукописи: 31.05.2020

Целью исследования является характеристика речевых и языковых способов, с помощью которых представлены знания в наивной риторике. Научная новизна работы заключается в выделении признаков, определяющих на фоне научной риторики своеобразие наивного риторического знания. В результате исследования установлено, что формы знания в наивной риторике отличаются следующей спецификой: 1) прескриптивностью в передаче традиционного знания, реализующейся в том числе посредством пословиц; 2) отсутствием терминообозначений для субъекта и объекта речевого воздействия; 3) наличием оценочных предикатов в предписательных суждениях; 4) многообразием экспрессивных средств, конкретизирующих информацию о речевом воздействии (поговорки, антонимы, слова образа действия и т.д.).

Ключевые слова и фразы: научная риторика; наивная риторика; паремия; прескриптивность; оценочный предикат; русский язык.

Ван Пэн

Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина, г. Москва
wang1505787092@foxmail.com

Способы представления знаний в наивной риторике (по данным паремиологического фонда русского языка)

В рамках усиливающейся тенденции к антропоцентрическому описанию языковой системы происходит выделение комплекса научных направлений, связанных с изучением наивных знаний о языке и его функционировании. Как отмечает Н. Д. Голев, подобные направления, изучающие обыденные представления носителей языка об окружающем мире, «еще не оформились как самостоятельные научные направления, которые бы имели свой предмет, проблематику, материал и методы изучения» [4], но количество работ, посвященных изучению данных вопросов, значительно увеличилось в последние годы. Соответственно, *актуальность* исследования определяется необходимостью дальнейшего изучения того комплекса знаний, который отражает представления рядовых носителей языка о речевом воздействии.

По аналогии с обыденной лингвистикой и теорией обыденной лингвистики в данной работе разграничиваются, с одной стороны, наивная риторика, а с другой – теория наивной риторики. Перспективными являются определение специфики наивной риторики через анализ наивных суждений, выраженных в пословицах, и сопоставление способов выражения представлений рядовых носителей русского языка о речевом воздействии с тем знанием, которое накоплено в области научной риторики. Достижение поставленной цели возможно в результате получения ответов на следующие вопросы: 1) какую номинацию в обыденных представлениях говорящих получают субъект, объект и само речевое воздействие; 2) какими характеристиками наделяются субъект, объект и речевое воздействие; 3) отражается ли в языковых выражениях информация о речевом воздействии. Таким образом, в рамках данной статьи следует решить несколько *задач*: 1) обосновать выбор пословиц в качестве материала исследования; 2) провести анализ собранного материала; 3) провести сопоставительный анализ способов выражения наивных представлений о речевом воздействии с теми, которые сформулированы в научной риторике; 4) выявить отличительные и тождественные черты научной и наивной риторики. Следует отметить, что наивная риторика, являясь частным случаем наивной лингвистики, объединяет обыденные представления говорящих о речевой деятельности и «отражает то, в каких категориях общество думает об убеждении словом» [28], а теория наивной риторики описывает данное явление, устанавливая его специфические черты.

Материалом исследования, с одной стороны, выступают пословицы, передающие наивные суждения носителей русского языка о речевом воздействии и таких компонентах коммуникативной ситуации, как субъект, объект и процесс влияния на адресата. Всего было проанализировано 406 пословиц, которые взяты из 9 словарей [3; 13; 15; 16; 21–25]. Кроме того, для сопоставительного анализа привлекаются цитаты из учебных пособий по риторике, которые отражают знания, накопленные в области научного осмысления проблем речевого воздействия и эффективного общения. Источниками материала послужили учебные пособия и научные

работы таких авторов, как Г. В. Анисимова [1], Е. В. Ключев [9], П. Б. Паршин [14], И. А. Стернин [26], а также учебное пособие по риторике под редакцией П. А. Катыхова и Ю. С. Паули [17]. Основными *методами исследования* являются метод научного описания и метод сопоставительного анализа. Научное описание включает приемы сбора словарного материала, непосредственного наблюдения, анализа и обобщающего синтеза, классификации, систематизации.

Теоретической базой настоящего исследования послужили работы в области риторики (речевого воздействия) следующих ученых: О. С. Иссерс [8], П. Б. Паршина [14], Е. В. Шелестюк [29], И. А. Стернина [26], Ю. В. Рождественского [19]; работы Н. Д. Арутюновой [2], Е. В. Урысон [27], Н. Д. Голева [4], посвященные изучению наивной картины мира; труды по фразеологии В. М. Мокиенко [12], М. Ю. Котова [11]; работы по наивной лингвистике Н. Д. Голева [4], М. Р. Шумариной [30], Г. Г. Хазагерова [28], М. Дебрэнн [6] и наивной риторике Э. В. Колесниковой [10].

Практическая значимость работы состоит в возможности использования ее результатов в преподавании курсов по риторике, современному русскому языку, русскому языку как иностранному.

Выбор пословиц в качестве материала исследования был сделан в силу ряда причин. Во-первых, пословицы являются неотъемлемой частью речевой деятельности русского народа, возникая из обрядовой специфики устройства быта. Обряд пронизывал «всю жизнь русского человека и вне дома, и в семье. Все семейные события – родины, крестины, именины, сватовство, свадьба, похороны – сопровождалась пирами и связаны были со множеством иногда сложных и мелочных обрядов» [18, с. 306]. Большая часть обрядов сопровождалась пословицами, отражающими сущность происходящего. Во-вторых, как верно подметил В. М. Мокиенко, «пословица является не строевой единицей речи, семантически близкой слову, каковыми являются поговорки (геср. идиомы, фразеологизмы) и устойчивые сравнения, а синтаксически законченным мини-текстом с дидактическим содержанием» [12], а значит, ее содержание гораздо объемнее и дает больше возможностей для анализа того, каким образом воспринимается речевое воздействие носителями языка. В-третьих, пословицы являются отражением наивной картины мира. Так, Е. В. Голубева в статье «Отражение наивной картины мира в калмыцких и якутских пословицах», ссылаясь на Ю. Д. Апресяна, отмечает, что языковая картина мира имеет донаучный характер. «Именно наивная картина мира отражена в языке. Она складывается как ответ на практические потребности человека, как необходимая когнитивная основа его адаптации к миру. Наивная картина мира формируется обыденным сознанием, в котором преобладает предметный способ восприятия мира. Язык, фиксируя коллективные, стереотипные и эталонные представления, объективирует интерпретирующую деятельность человеческого сознания и делает ее доступной для изучения. Наивные представления отнюдь не примитивны: во многих случаях они не менее сложны и интересны, чем научные» [5, с. 843]. Соглашаясь с вышеизложенным, отметим, что данный факт позволяет проводить параллели между научным и наивным знанием, а значит, специфика наивных представлений о речевом воздействии может быть раскрыта на фоне их сравнения с тем знанием, которое накоплено в области научной риторики. В подтверждение актуальности такого направления исследования можно указать на разбор русских пословиц, который отражен в книге Ю. В. Рождественского «Теория риторики». На основе анализа фразеологических единиц делается вывод о том, что «пословичные правила речевого этикета как прозаические смысловые инварианты занимают в сборниках пословиц любого народа примерно одну треть их общего числа. Часть из них относится одновременно и к речи, и к ментально-духовному поведению» [19]. Исследователь также отмечает, что, кроме пословиц, регламентирующих духовно-словесное поведение, есть пословицы, прямо рассматривающие только речевое поведение: «*“Ест неладно, говорит нескладно”*», «*“У лжеца дом сгорел, никто не поверил”*», «*“Конь скачет, всадник похваляется”*» и многие другие» [Там же].

Следует отметить, что термин *пословица* неоднозначно трактуется в научной литературе. В ходе изучения научных источников по данной тематике было выявлено, что наиболее близкое определение, соответствующее концепции данного исследования, дается в работе М. Ю. Котовой «Славянская паремнология». Исследователь определяет пословицу как «устойчивый словесный комплекс, имеющий синтаксическую структуру замкнутого предложения, обладающий афористичностью, прямым или переносным планом выражения, обозначающий ситуацию, содержащий нравоучительную сентенцию или философское обобщение и вошедший в язык как из фольклора, так и из других источников» [11, с. 3]. Данное определение близко традиционному, которое было сформулировано в словаре-справочнике лингвистических терминов Д. Э. Розенталя и М. А. Теленковой: «Пословица – это логически законченное образное или безобразное изречение афористического характера, имеющее назидательный смысл и характеризующееся особой ритмической и фонетической организацией» [20].

Развитие теории наивной риторики предполагает анализ обыденных представлений о речевом воздействии. Рассмотрение суждений наивных риториков, сопоставление этих представлений с научными риторическими знаниями позволяют увидеть, насколько наивные знания являются точными, верными, логичными; совпадают ли наивные суждения с научными обобщениями; могут ли наивные представления привносить что-либо ценное в систему научных знаний об эффективном общении и, если могут, должны ли они учитываться в профессиональной риторике.

Исследование образцов обыденного описания речевого воздействия, представленного в пословицах, производилось в целях выявления специфики наивной риторики и подкреплялось сопоставительным анализом. Данные особенности позволили провести разграничение научных и наивных знаний в области риторики.

При анализе наивных представлений носителей языка о речевом воздействии, выраженных в пословицах, выделены следующие характерные черты, свойственные «наивной риторике».

1. Одной из особенностей наивных суждений о речевом воздействии, выраженных в пословицах, является то, что ни субъект, ни объект речевого воздействия терминологически не обозначены. В пословицах могут указываться социальные и/или коммуникативные роли, которые исполняют участники речевого акта, могут употребляться характеризующие существительные, субъект может описываться через сравнения, через описание процесса (*Думка чадна, недоумка бедна, а всех тошней пустослов; Хороший рассказчик – плохой приказчик*). Субъект женского пола в пословицах может выражаться словами *баба, хозяйка* (*Не ждет баба спроста, сама все скажет. Что вода в решете; Не та хозяйка, которая говорит, а та, которая щи варит*); субъект мужского пола – номинацией *мужик* (*Мужик ражий, да язык-то вражий*); субъект может описываться через антропоморфные образы животных, птиц или предметы (*Сболтнул бы коток, да язык короток (т.е. нет воли); Взвыла собака на свою голову; Птица поет – сама себя продает; Пустая мельница и без ветру мелет*). При этом в пословицах могут использоваться несколько различных наименований участников коммуникативной ситуации (*Мужик кочадычком, а чистоплюйка язычком*).

В научной риторике для именованного участником коммуникативного акта существует несколько обозначений: субъект речевого воздействия – *адресант, суггестор, продуцент, оратор, ритор, говорящий, коммуникатор*; объект речевого воздействия – *адресат, суггеренд, реципиент, слушающий, участники общения*. Приведем пример использования терминов в научных текстах: «Продуктивное коммуникативное поведение – вербальные и невербальные действия коммуникатора в рамках национальных норм и традиций общения» [26]. В некоторых случаях термины специально выделяются в отдельную часть научного повествования для большего удобства их изучения и последующего использования: «Термины раздела: *Адресант* – тот, кто порождает речь, и тот, чью речь воспринимают. *Адресат* – тот, кто воспринимает речь, и тот, к кому речь обращена» [17, с. 66].

2. Следующая особенность заключается в том, что предикаты, используемые в пословицах и обозначающие процесс речевого воздействия, часто включают в себя дополнительный оценочный компонент, в то время как термины, представленные в профессиональной риторике, стилистически нейтральны. Так, например, в пословице «Языком *болтай*, а рукам воли не давай!» используется глагол *болтать*, который имеет значение: «*И несов. неперех. разг. 1. Вести лёгкий, непринужденный разговор, говорить о чём-либо неважном, несерьёзном. // Много говорить или говорить зря, попусту*» [7]; в пословице «За худые слова *слетит* и голова» используется глагол *слететь*, который имеет значение «*3) перен. разг. Падать, сорвавшись откуда-л., отделившись от чего-л.*» [Там же]; в пословице «Язык *лепечет*, а голова не ведает» используются глаголы: *лепетать* (1. *Говорить невнятно, сбивчиво, с трудом подбирая слова*) [Там же] и *ведать* (2. *Ведать – Иметь представление, понятие о ком-либо или о чём-либо, быть осведомленным в чём-либо (обычно с отрицанием)*) [Там же]. Как видим, в пословицах используются глаголы в переносном значении, содержащие дополнительное значение и имеющие помету разговорности (например, *лепетать* – говорить невнятно, сбивчиво, с трудом подбирая слова). Для сравнения образцов наивной и научной риторики приведем выдержку из учебника по риторике: «Если мы проследим речевое поведение человека, то убедимся, что словесная речь и её акустика в живом общении тесно связаны с жестами, мимикой, пространственным поведением» [1, с. 14]; «Однако в современной науке для обозначения области, в которой речевое воздействие осуществляется, параллельно используется специальный термин дискурс» [17, с. 29]. В приведенных примерах все предикаты используются в прямом значении и относятся к книжной лексике.

3. В состав пословиц могут входить поговорки, усиливающие дополнительный оценочный компонент. Приведем примеры пословиц, содержащие поговорки: «Говорит, ровно в стену горохом сыплет», «С тобой разговориться, что меду напиться», «Видно, у него язык чешется. Почесать язык (говорить вздор, лгать)», «Иное слово пропускай мимо ушей!», «Полно путать, пора узлы вязать», «За словом в карман не полезет. Посеянное словцо за щекой», «Наговорил с три короба. Лепеталось бы, да не дремалось», «Такую занес, что уши вянут (что лист на дереве вянет)», «Замолчал, как воды в рот набрал», «Нем (Бессловесен), как рыба. Нем, как безголосая рыба», «Он речь сквозь зубы цедит. Говорит, что в цедилку цедит», «Слово к слову приставляет, словно клетки городит», «Слово вымолвит, ровно жевачку пережевует», «Говорит, что клеит. Говорит, что плетень плетет». Большинство предикатов, используемых при описании процесса речевого воздействия, как отмечалось ранее, имеют стилистическую помету *разг.* Это еще раз подтверждает тот факт, что в наивной риторике используется преимущественно разговорная лексика, так как она является наиболее понятной для рядового носителя русского языка и позволяет в более доступной форме выразить мысль. В отличие от наивной риторики, термины, используемые риториками-учеными, стилистически нейтральны. И даже когда речь идет об оценочности и приводятся примеры ее проявления, основное описание в научной риторике остается стилистически нейтральным: «Однако если термин “манипулирование” начинает употребляться как родовой, то навязываемая им неясная оценка приводит к заведомо негативной интерпретации таких ситуаций, которые, быть может, ее не требуют или не заслуживают. Называя кого-то умелым манипулятором, вы не только делаете утверждение об эффективности речевого воздействия, осуществляемого этим лицом, но и негативно и при этом неявно оцениваете его: словоупотребление, ничем не лучшее, чем хрестоматийные примеры смысловых пар типа шпион/разведчик или опаздывать/задерживаться, основное различие между которыми является оценочным» [14].

4. Важной дискурсивной чертой наивной риторики является то, что для более точного представления ситуации речевого воздействия используются слова образа действия, например: *больше, меньше, босяком, в досаду, вовремя, вприкуску, смешно, грешно, долго, много, мало, поменьше, побольше, с присвистом, сперва, ладком, рядком*. Указанные выражения встречаются в пословицах: «Ешь *больше*, а говори *меньше!*»;

«Ешь калачи, да **поменьше** лепечи!»; «Слушай **больше**, а говори **меньше**. **Больше** говорить – **больше** согрешить. **Меньше** говорить – **меньше** греха»; «За твоим языком не поспеешь **босяком**; Лишнее слово в **досаду** (во грех, в стыд) вводит»; «Умей **вовремя** сказать, **вовремя** смолчать; Он говорит **вприкуску** (т.е. чопорно, осторожно)»; «Сказать – **смешно**, утаить – **грешно**. Этого ни спеть, ни сказать»; «**Долго** не говорит – ум копит, а вымолвит – слушать нечего. **Долго** говорить – тому же быть»; «Сядем **рядком** да поговорим (да перетолкуем) **ладком**»; «**Меньше** говори, да **больше** делай! Говори с другими **поменьше**, а с собою **побольше**! **Меньше** ври, **больше** ешь, спи да грезь на себя!»; «Кто **много** говорит, тот **мало** делает. **Много** знай, да **мало** бай!»; «Много баить не подобает»; «**Много** наговорено, да **мало** переварено»; «**Поменьше** говори, **побольше** услышишь»; «Он говорит с **присвистом**. Причмокивает да пришепetyвает»; «**Сперва** подумай, а там и скажи! Э, дура, не пасеная речь!». Следует отметить, что часто используются оппозиционные слова образа действия, выраженные антонимами: *больше – меньше; много – мало; поменьше – побольше*.

В свою очередь, в научной риторике коммуникативный акт описывается только терминологической и стилистически нейтральной лексикой. Пример описания коммуникативного акта в учебных пособиях по риторике и речевой коммуникации: «Речевой (коммуникативный) акт – высказывание, рассмотренное с точки зрения интенции автора, способа ее выражения и того эффекта, который программируется адресантом и характеризуется состоянием, активностью адресата. Речевой акт обычно рассматривают как единицу дискурса» [17, с. 67]; «Коммуникативный акт анализируется здесь как сложное образование, чья полноценность зависит от коммуникативных вкладов обоих партнеров речевого взаимодействия, осуществляемых с учетом всей совокупности экстралингвистических факторов» [9, с. 7].

Следует отметить, что в пословицах могут отражаться конвенциональные правила коммуникации, которые описываются в научной риторике. Так, были выявлены пословицы, в которых нашли отражение конвенциональные правила, реализующие принцип ориентации на адресата: правила фатики (максимы «вежливости» Дж. Лича: будь тактичным; будь великодушным; высказывай благожелательность), суггестии (максимы харизмы: уважай социальную самооценку партнера; дай другому почувствовать, что ты его уважаешь) и конвенциональные правила, реализующие принцип оптимального кодирования сообщения: правило фатики (используйте этикетные формулы). В частности, максимы «вежливости» Дж. Лича (будь тактичным; будь великодушным; высказывай благожелательность) нашли отражение в таких пословицах, как: «*От избытка уста глаголют. От приветливых слов язык не отсохнет*» (высказывай благожелательность: если человек использует в разговоре приветливые, радушные, ласковые слова, он не устанет это делать и ему от этого не станет плохо); «*Сядем рядком да поговорим (да перетолкуем) ладком*» (будь тактичным: нужно уважительно относиться к собеседнику, вести диалог дружески, спокойно и с полным взаимопониманием). Максимумы харизмы (уважай социальную самооценку партнера; дай другому почувствовать, что ты его уважаешь) были реализованы в пословицах: «*Что слово молвит, то рублем подарит*» (адресант высказывает уважение, его речи сопровождаются похвалой в сторону адресата); «*С тобой разговориться, что меду напиться*» (с собеседником приятно разговаривать, так как он уважительно относится к адресату); «*Сидит, как свеча горит; говорит, что рублем дарит*» (высказывания собеседника имеют ценность и приятны адресату); «*Чиста, лучиста, да и говорить речиста*» (адресант вызывает положительные эмоции у адресата, в том числе из-за приятной речи). Правило фатики (используйте этикетные формулы) находят выражение в пословицах: «*Сказанное слово – серебряное, несказанное – золотое*» (Не всегда и не все нужно говорить вслух; иногда есть ситуации, когда лучше промолчать); «*Чье правое дело, тот говори смело!*» (Кто себя считает правым, должен не бояться, а смело говорить правду); «*Кстати промолчать, что большое слово сказать*» (Надо уметь вовремя промолчать, т.к. сказанное не к месту может навредить); «*Кто говорит, тот сеет; кто слушает – собирает (пожинает)*» (кто говорит – тот учит, учитель, кто слушает, тот обучается, приобретает знания; из сказанного адресат может извлечь пользу; для поддержания беседы умение слушать играет важную роль, т.к. позволяет адекватно реагировать на реплику собеседника).

Выводы. При выявлении основных черт наивной риторики и сравнении их с дискурсивными характеристиками научной риторики следует выделить их тождественные и дифференцирующие признаки.

Тождественными признаками научной и наивной риторики является то, что процесс речевого воздействия осуществляется при наличии коммуникантов, цели, преследуемой адресантом, конвенций, регламентирующих взаимодействие собеседников.

Отличительные характеристики, определяющие форму представления наивных риторических знаний, задаются особыми прескриптивными формами передачи традиционного знания о речевом воздействии, в частности пословицами, содержащими поучения в отношении коммуникативного поведения адресанта и адресата.

1. В наивной риторике ни субъект, ни объект речевого воздействия не обозначены терминологически, вместо этого указываются социальные и/или коммуникативные роли участников, могут употребляться характеризующие существительные, субъект может описываться через сравнения, через описание коммуникативного процесса: *баба, мельница, мужик, чистоплюйка, он, пустослов, рассказчик, хозяйка, сорока, собака*. В научной риторике для именованья участников коммуникативного акта существует несколько терминологических обозначений: *субъект речевого воздействия – адресант, суггестор, продуцент, оратор, ритор, говорящий; объект речевого воздействия – адресат, суггеренд, реципиент, слушающий*.

2. Предикаты, обозначающие процесс речевого воздействия в наивной риторике, включают в себя дополнительный оценочный компонент, в то время как термины, используемые риториками-учеными, стилистически нейтральны.

3. Важной чертой дискурса наивной риторики является то, что для придания наибольшей эффективности высказыванию могут использоваться слова образа действия с целью более точного, детального описания процесса речевого воздействия или какого-то из его компонентов. В научной риторике коммуникативный акт описывается только с помощью терминологической и стилистически нейтральной лексики.

Кроме того, результаты исследования свидетельствуют о том, что 1) в обыденных представлениях носителей языка субъект, объект и само речевое воздействие получают различные номинации, не встраивающиеся в какую-либо терминологическую систему; 2) понятия «субъект», «объект» и «речевое воздействие» могут наделяться при обозначении теми или иными экспрессивными характеристиками (обычно это происходит в результате использования предикатов с дополнительным оценочным значением); 3) в пословицах могут отражаться конвенциональные правила, формулировки которых обладают всеми вышеперечисленными стилистическими особенностями; 4) в пословицах также находит отражение разнообразная, неструктурированная, дополнительная информация о речевом воздействии, которая может передаваться словами образа действия.

В качестве *дальнейшего направления исследования* считаем перспективным описание картины мира, отражающей наивные представления носителей русского языка о процессах речевого воздействия и критериях эффективной коммуникации.

Список источников

1. Анисимова Г. В. Риторика. Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2004. 73 с.
2. Арутюнова Н. Д. Наивные размышления о наивной картине языка // Язык о языке: сб. статей. М.: Языки русской культуры, 2000. С. 7-22.
3. Большой словарь русских пословиц / сост. В. М. Мокиенко, Т. Ю. Никитина, Е. П. Николаева. М.: Просвещение, 2010. 1024 с.
4. Голев Н. Д. Обыденная лингвополитология: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/golev-11.htm> (дата обращения: 02.05.2020).
5. Голубева Е. В. Отражение наивной картины мира в калмыцких и якутских пословицах // Молодой ученый. 2013. № 12. С. 843-846.
6. Дебрени М. Новые зарубежные работы по наивной лингвистике // Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты: коллективная монография: в 2-х ч. Томск: Изд-во Томск. гос. пед. ун-та, 2009. Ч. II. С. 47-68.
7. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный [Электронный ресурс]. URL: <https://www.efremova.info/> (дата обращения: 20.04.2020).
8. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». М.: ФЛИНТА, 2009. 224 с.
9. Клюев Е. В. Речевая коммуникация: учебное пособие для университетов и институтов. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. 320 с.
10. Колесникова Э. В. Наивная лингвистика и наивная риторика: к проблеме исследования и описания // Филологические науки в МГИМО. 2002. № 11. С. 120-130.
11. Котова М. Ю. Славянская паремология: автореф. дисс. ... д. филол. н. СПб., 2004. 44 с.
12. Мокиенко В. М. Большой словарь русских пословиц (опыт составления) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bolshoy-slovar-russkih-poslovits-opyt-sostavleniya> (дата обращения: 14.12.2019).
13. Мудрое слово. Русские пословицы и поговорки / сост. А. А. Разумов. М.: Детская литература, 1957. 238 с.
14. Паршин П. Б. Речевое воздействие [Электронный ресурс]. URL: https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/RECHEVOE_VOZDESTVIE.html (дата обращения: 21.02.2020).
15. Пословицы и поговорки русского народа: большой объяснительный словарь / сост. В. И. Зимин, А. С. Спирин. М.: Феникс, 2008. 590 с.
16. Пословицы русского народа / сост. В. И. Даль. М.: Дрофа, 2009. 816 с.
17. Риторика: учебное пособие для студентов магистратуры / под ред. П. А. Катыхова, Ю. С. Паули. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2017. 359 с.
18. Родная старина: отечественная история в рассказах и картинах (с XVI до XVII ст.) / сост. В. Д. Сиповский. М.: Современник, 1993. 446 с.
19. Рождественский Ю. В. Теория риторики [Электронный ресурс]. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=315678&p=1> (дата обращения: 15.02.2020).
20. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов [Электронный ресурс]. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/linguistic-terms/fc/slovar-207-2.htm#zag-1147> (дата обращения: 27.02.2020).
21. Русские народные пословицы и поговорки / сост. А. М. Жигулёв. М.: Московский рабочий, 1965. 360 с.
22. Русские пословицы и поговорки / сост. А. И. Соболев. М.: Советская Россия, 1983. 303 с.
23. Русские пословицы и поговорки / сост. Е. Ю. Нещименко. М.: РИПОЛ Классик, 2002. 302 с.
24. Русские пословицы и поговорки / сост. К. Г. Берсеньева. М.: Центрполиграф, 2009. 383 с.
25. Словарь русских пословиц и поговорок / сост. В. П. Жуков. М.: Дрофа, 2014. 656 с.
26. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие [Электронный ресурс]. URL: https://www.vsu.ru/ru/university/structure/communicate/pdf/monographs/verbal-inf1_2001.pdf (дата обращения: 04.05.2020).
27. Урысон Е. В. Фундаментальные способности человека и «наивная анатомия» // Вопросы языкознания. 1995. № 3. С. 3-16.
28. Хазагеров Г. Политическая риторика: вместо заключения. Представление о наивной риторике [Электронный ресурс]. URL: http://genhis.philol.msu.ru/article_118.shtml (дата обращения: 20.02.2020).
29. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. М.: ФЛИНТА, 2015. 344 с.
30. Шумарина М. Р. Язык в зеркале художественного текста: метаязыковая рефлексия в произведениях русской прозы. М.: ФЛИНТА, 2016. 327 с.

Means of Knowledge Representation in Naïve Rhetoric (by the Material of the Russian Paroemiological Units)

Wang Peng

Pushkin State Russian Language Institute, Moscow
wang1505787092@foxmail.com

The paper aims to describe language means of knowledge representation in naïve rhetoric. Scientific originality of the research involves identifying specificity of naïve rhetorical knowledge in comparison with scientific rhetoric. As a result of the study, the following distinctive features of naïve rhetorical knowledge are revealed: 1) prescriptiveness when transferring traditional knowledge, which is typical of proverbs; 2) untargeted verbal message; 3) use of prescriptive statements with evaluative predicates; 4) diversity of expressive means (sayings, antonyms, adverbial modifiers of manner, etc.) clarifying the information being transferred.

Key words and phrases: scientific rhetoric; naïve rhetoric; paroemia; prescriptiveness; evaluative predicate; Russian language.

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.8.22>

Дата поступления рукописи: 17.06.2020

Цель исследования – выявить факторы, влияющие на семантическое освоение англоязычных заимствованных понятий в сфере экономики. Исследование основано на результатах опроса, в ходе которого было проанализировано изменение значений англоязычных заимствованных экономических терминов. **Научная новизна** исследования заключается в выработке собственного подхода к определению качества освоения иноязычных заимствований профессиональным экономическим сообществом. **В результате** проведенного исследования доказан тезис о том, что освоение заимствований в русском языке происходит под влиянием нескольких факторов, которые в своей совокупности влияют на переход заимствованных терминов из профессиональной сферы в корпус общеупотребительной лексики.

Ключевые слова и фразы: англицизмы; заимствование; экономические термины; русский язык.

Вранчан Елена Витальевна, к. филол. н.

Новосибирский государственный университет экономики и управления
vra545@yandex.ru

Особенности освоения англоязычных заимствованных экономических терминов в русском языке

Актуальность темы статьи обусловлена особым интересом исследователей к словам, которые вошли в русский язык как часть профессиональной лексики. Значимость рассматриваемых вопросов связана не только с развитием языка, но и его взаимодействием с профессиональными сообществами. С одной стороны, заимствование слов из других языков является вполне естественным процессом в развитии почти любого языка, однако, с другой стороны, обильное и зачастую бездумное использование иноязычных слов в средствах массовой информации и в профессиональной сфере засоряет русский язык и может существенно затруднить коммуникацию. В настоящее время это связывают с «американизацией», с усилившимся потоком английских заимствований как в повседневной, так и профессиональной речи. Уже в 1990-е годы В. Г. Костомаров отмечал негативное влияние средств массовой информации на русский язык, которое, по его мнению, состояло «не только в нарушениях литературно-языковой нормы», но и «в попытках изменить “языковой знак” и через него национальную традиционную ментальность» [4, с. 9].

По замечанию российского лингвиста Л. П. Крысина, отношение к внешним влияниям на язык в разные времена воспринималось по-разному. Так, в середине прошлого века иноязычное слово нередко ассоциировалось с чем-то идеологически и духовно чуждым, в то время как в конце двадцатого века «преобладает более терпимое отношение к внешним влияниям и, в частности, к заимствованию новых иноязычных слов» [5, с. 12]. Последнее обусловлено социальными, экономическими и политическими переменами. Стремительность этих перемен, по мнению О. Б. Сиротининой [11], А. П. Сквородникова [14], Г. Н. Складневской [13], вызывает бурные языковые изменения, свидетельствующие о порче современного русского языка и ставящие вопрос о его сохранении и спасении. Как замечает Э. Ф. Володарская, становится очевидной «своеобразная эстетизация процесса заимствования» [3, с. 123], что только усугубляет ситуацию случаями немотивированного использования заимствованных слов. Действительно, чрезмерное увлечение заимствованиями нередко приводит к многочисленным речевым ошибкам и коммуникативным неудачам.

Однако процесс заимствования не так однозначен, как кажется на первый взгляд. Глобализация профессиональной коммуникации привела к стремительному росту количества заимствованных слов в составе русского языка. Кроме того, англоязычные по своему происхождению сферы знания, такие как «Информационные технологии» или «Экономическая теория», дополнили не только терминосистему этих наук, но и стали источниками новых слов в непрофессиональной коммуникации. Так, А. А. Соловьева отмечает, что каждый человек «непроизвольно становится “экономистом поневоле”, вынужден разбираться как минимум в базовых экономических терминах» [15, с. 128]. В этом случае импорт иноязычной терминологии неизбежен, однако