

Рenate Ратмайр

РУССКАЯ РЕЧЬ И РЫНОК

Традиции и инновации
в деловом и повседневном общении



ЯЗЫКИ СЛАВЯНСКОЙ КУЛЬТУРЫ
МОСКВА 2013

УДК 811.161.1
ББК 81
Р 25

Ратмайр Ренате

Р 25 Русская речь и рынок: Традиции и инновации в деловом и повседневном общении. — М.: Языки славянской культуры, 2013. — 456 с. — (Studia philologica).

ISBN 978-5-9551-0656-4

Книга посвящена изучению взаимосвязи общественной жизни и речи России в конце XX — начале XXI вв. Существенное влияние на русский язык в этот период оказали в первую очередь два явления: с одной стороны, перестройка общества и экономики и вслед за ней распад СССР, с другой — глобализация экономики на мировом уровне.

Исследование опирается на эмпирическую базу: аутентичные записи некоторых жанров делового общения, таких как собеседования, переговоры, совещания и сбор письменных текстов. При этом использовался метод включенного наблюдения. Также были проведены фокусированные интервью, в том числе о вежливости и о применении новых методов менеджмента. По этим темам были разработаны и вопросники. Анализ позволил увидеть динамику существования и развития языка в постперестроечной России. Традиции и инновации проявляются в разном соотношении, что связано как с региональными факторами, так и с принадлежностью респондентов к разным поколениям и полам.

В книгу вошли статьи автора, опубликованные за последние 20 лет, в новой обработке и компоновке. Книга состоит из трех частей: «Лексика и концепты», «Прагматика» и «Русский стиль общения».

Рыночнизация русской речи присутствует, но она подобна коллажу на переплете, в котором использована работа Б. Кустодиева «Ярмарка» (1906). В этом процессе соединяются традиции и инновации, сводится воедино исконно русское с элементами рыночной экономики и общества достижений.

Книга адресована филологам-русистам, а также специалистам в области социолингвистики и лингвистической прагматики. Применяемый в некоторых частях сопоставительный с немецким языком подход может представлять интерес для преподавателей русского языка как иностранного и для германистов. Описание элементов делового общения и корпоративного дискурса может заинтересовать деятелей экономики и всех, кто неравнодушен к вопросам развития современного русского языка.

ББК 81

*В оформлении переплета использован фрагмент
картины Б. М. Кустодиева «Ярмарка» (1906).
Автор коллажа Татьяна Добровинская*

ISBN 978-5-9551-0656-4

© Р. Ратмайр, 2013

© Языки славянской культуры, 2013

Электронная версия данного издания является собственностью издательства, и ее распространение без согласия издательства запрещается.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	15
----------------	----

ЧАСТЬ I. ЛЕКСИКА И КОНЦЕПТЫ

Глава 1. Первые годы реформ: новые явления в политическом и повседневном дискурсе в конце 1980 — начале 1990-х гг.	27
1.1. Изменения в средствах массовой информации и в употреблении языка	27
1.1.1. Советский тоталитарный язык	27
1.1.2. Либерализация средств массовой информации	30
1.1.3. Обновление энциклопедических знаний	33
1.1.4. Изменения на уровне употребления языка	35
1.1.4.1. Диверсификация и индивидуализация	37
1.1.4.2. Раскрепощение литературного языка	38
1.1.4.3. Изменения в употреблении грамматических форм и конструкций	40
1.1.4.4. Заимствование невербального поведения	42
1.2. Публицистический стиль для политического содержания	43
1.2.1. Плюрализм и индивидуализм	43
1.2.2. Противопоставление новояза и языка перестройки в СМИ	44
1.2.2.1. Свободные сочетания слов versus шаблонность	46
1.2.2.2. Неуверенность и размышление versus уверенность в знании правды	48
1.2.2.3. Спорные изложения versus стереотипное сопоставление	48
1.2.2.4. Синтаксическая вариация versus упрощенный синтаксис	49

1.2.2.5. Метаязыковое насыщение текстов перестройки	51
1.3. Выводы.....	52

Глава 2. Изменения в лексике: «Коммерсантъ» —

«джаст-ин-тайм». Возвращение и переоценка старых слов, неологизмы и англицизмы в перестроечной и первой постперестроечной (1985—1991) лексике	54
2.1. «Коммерсантъ» и «очаг»: возвращение старых слов	54
2.1.1. Ключевые слова для ссылки на прошлое	55
2.1.2. Сфера политики и национального прошлого.....	56
2.1.3. Сфера религии и христианских ценностей.....	57
2.1.4. Сфера экономики	58
2.2. «Предприниматель» и «конкуренция»: переоценки старых слов	59
2.2.1. Слова и их оценивающие окружения	59
2.2.2. Расширение сферы референции без переоценки.....	62
2.2.3. Переоценка и расширение сферы референции.....	63
2.2.4. Переконнотация советских мифов (изменение объективной модальности или онтологического статуса).....	67
2.2.5. Чистая переоценка без изменений сферы референции.....	67
2.2.6. Особый случай переоценки: расширение и изменение значения слова <i>нормальный</i>	69
2.2.7. Экскурс: перлокутивный эффект текстов перестройки: действительные изменения в оценке идеологических понятий носителями русского языка	73
2.3. «Блиц-интервью» и «суперэкономист»: неологизмы	74
2.3.1. Новые калькирования западных понятий	74
2.3.2. Заимствование новых оценочных предикаций	75
2.3.3. Русские неологизмы	76
2.3.4. Заимствования из разговорной речи	78
2.3.5. Новые аббревиатуры	79
2.4. «Гамбургеры» и «ваучеризация России»: англицизмы	80
2.4.1. К истории языковых заимствований в русском языке	80
2.4.2. Основные сферы лексики, где заимствуются англицизмы	81

2.4.3. Творческое заимствование и процесс интеграции английских элементов	85
2.4.4. Рецепция англицизмов: оценка и понимание.....	87
2.4.5. Культура речи и тенденции к нормированию употребления англицизмов.....	91
2.5. Выводы.....	93

Глава 3. Изменения на уровне концептов: появление нового и изменение старого концепта

3.1. Появление концепта «качество жизни»	94
3.1.1. Концепты в русской культуре.....	94
3.1.2. Концепт «качество жизни» (КЖ)	96
3.1.3. Корпус и метод анализа	98
3.1.4. Высказывания об актуальной жизненной ситуации в интервью 1993 г.	102
3.1.4.1. Отождествление уровня жизни (УЖ) и качества жизни (КЖ)	102
3.1.4.2. Эмоциональное состояние.....	111
3.1.4.3. Межличностные отношения	113
3.1.4.4. Физическое и психическое здоровье	115
3.1.4.5. Образование	115
3.1.4.6. Окружающая среда.....	116
3.1.4.7. Другие компоненты: условия работы, жилищные условия и участие в политической жизни	117
3.1.5. Употребление словосочетания «качество жизни» в российских средствах массовой информации 2000 и 2001 гг.	117
3.1.6. Выводы	120
3.2. Концепт «деньги» у петербургского населения в начале 1990-х гг.	124
3.2.1. Концепт «деньги» в русской культуре	124
3.2.2. Корпус текстов и метод анализа.....	128
3.2.3. Анализ коллокаций.....	130
3.2.3.1. Какими бывают деньги: атрибуты	130
3.2.3.2. Деньги как объект действия	132
3.2.3.3. Деньги как «активный субъект» (Что делают сами деньги?).....	136

3.2.4. Дискурсивный анализ выбранных отрывков, иллюстрирующих основные компоненты концепта	136
3.2.4.1. Тема: «Все стало очень дорого, и отсутствие денег — одна из главных причин всех актуальных проблем»	136
3.2.4.2. Тема: «За деньги можно купить все»	137
3.2.5. Выводы	138

ЧАСТЬ II. ПРАГМАТИКА

Глава 1. Вежливость в русском языке и в русской культуре	140
1.1. Культурная специфика русской вежливости	140
1.1.1. Языковая вежливость	141
1.1.2. Стратегии негативной вежливости, или вежливости дистанции, и позитивной вежливости, или вежливости солидарности	143
1.1.3. Русская культура как культура вежливости солидарности	147
1.1.4. Выводы	150
1.2. Формальная и неформальная вежливость в русском языке и в русской культуре	151
1.2.1. Формальная вежливость	152
1.2.1.1. Употребление или опущение рутинных формул как индикатор вежливости	155
1.2.1.2. Степень вежливости разных рутинных формул	158
1.2.1.3. Грамматикализованные индикаторы вежливости	159
1.2.1.4. Лексические индикаторы вежливости	162
1.2.2. Неформальная вежливость	164
1.2.2.1. Неформальная вежливость на уровне конкретного высказывания	166
1.2.2.2. Неформальная вежливость на уровне разговора и текста	169
1.2.3. Выводы	175
1.3. Вежливость и частицы на примере частицы <i>просто</i>	177
1.3.1. Частицы в профессиональной речи	177

1.3.2. Превентивная минимизация вербальных, ментальных и — гораздо реже — других действий в комиссивных речевых актах	180
1.3.3. Ретроспективная минимизация собственных вербальных, ментальных и других действий в интерпретациях речи и оправданиях (ассертивные речевые акты)	183
1.3.4. Минимизация предложения совместных вербальных, ментальных и других действий (комиссивные и директивные акты)	185
1.3.5. Минимизация возражений, оправданий настаивания и эксплицитных контрастных высказываний (реактивные ассертивные акты)	187
1.3.6. Выводы	188
1.4. «Новая русская вежливость» — преходящая мода делового этикета или коренное прагматическое изменение?	190
1.4.1. Истоки «новой вежливости»	190
1.4.2. Сферы проявления новой русской вежливости	193
1.4.2.1. Повышение вежливости в сфере обслуживания	194
1.4.2.2. Повышение вежливости в общественном транспорте	196
1.4.2.3. Повышение вежливости в общении по телефону	197
1.4.2.4. Повышение вежливости публичных объявлений и предупреждений	198
1.4.2.5. Повышение вежливости совсем или почти не наблюдается	198
1.4.3. Оценка и интерпретация новой формы вежливости носителями языка	199
1.4.3.1. Эмоциональная оценка изменений в области вежливости	200
1.4.3.2. Рациональная интерпретация изменений в области вежливости	204
1.4.3.3. Семантическая интерпретация	208
1.4.4. Перспективы развития речевого поведения: возможности перехода новой вежливости из деловой в другие сферы общения	209
1.4.4.1. Повышение вежливости наблюдается и вне публичной сферы	210

1.4.4.2. Повышение вежливости наблюдается только в институциональных условиях	210
1.4.4.3. Повышение вежливости вне публичной сферы не наблюдается, даже наоборот	212
1.4.5. Выводы	213
1.4.6. Приложение: вопросник	217
Глава 2. Типы аргументации	221
2.1. Некоторые особенности русского стиля аргументации в переговорах со «своими» и «чужими»	221
2.1.1. Прагматические аспекты аргументации.....	221
2.1.2. Уровень формальной реализации шагов аргументации	223
2.1.2.1. Частотная вербализация импликатур	224
2.1.2.2. Аккумуляция идентичных или подобных по содержанию аргументов в пользу одного тезиса	226
2.1.3. Уровень языковой реализации: усиление аргументов	227
2.1.4. Уровень пропозиции.....	230
2.1.4.1. Утилитарные аргументы.....	230
2.1.4.2. Аргументы по аналогии.....	231
2.1.4.3. Аргументы на основе причинно-следственных связей	232
2.1.4.4. Аргументы — ссылки на признанные авторитеты.....	233
2.1.5. Уровень интеракции	235
2.1.6. Выводы	238
2.2. Специфика аргументации в ситуации собеседования при приеме на работу	239
2.2.1. Собеседования как жанр профессиональной речи.....	239
2.2.2. Вопрос о причинах ухода с предыдущего места работы	242
2.2.3. Внешние, или объективные, причины ухода с предыдущей работы	244
2.2.4. Личные причины ухода с предыдущей работы	250
2.2.5. Выводы	252
Глава 3. Стратегии ведения переговоров и собеседований	254
3.1. Пробивные стратегии и стратегии власти на переговорах	254

3.1.1. Переговоры как жанр устной профессиональной речи	254
3.1.2. Ситуативная власть в русских переговорах купли-продажи.....	258
3.1.3. Вербальные стратегии власти	262
3.1.3.1. Прямые стратегии власти	262
3.1.3.2. Косвенные стратегии власти: менеджмент информации	264
3.1.4. Пробивные стратегии	267
3.1.4.1. Вопросительные речевые акты	268
3.1.4.2. Ассертивные речевые акты	270
3.1.4.3. Директивные речевые акты: поучительные реплики.....	274
3.1.5. Выводы	275
3.2. Стратегии соискателей в собеседованиях при приеме на работу: самопрезентация	277
3.2.1. Самопрезентация	277
3.2.2. Требование положительной самопрезентации и норма скромности на метауровне	279
3.2.3. Языковая реализация положительной самопрезентации в собеседованиях	283
3.2.3.1. Сильные стороны, специфические для данной профессии	283
3.2.3.2. Сильные стороны личности	290
3.2.4. Оценка положительной самопрезентации соискателями.....	293
3.2.5. Выводы	294
3.3. Стратегии интервьюеров в собеседованиях при приеме на работу: проверка профессиональной и личной пригодности соискателей.....	296
3.3.1. Интервью при приеме на работу.....	296
3.3.2. Центральный этап собеседования: тактики раскрытия профессиональных и личностных особенностей соискателей	297
3.3.2.1. Раскрытие личностных качеств соискателя: вопросы о личности и о личной жизни	298
3.3.2.2. Вопросы уточнения и конкретизации	299
3.3.2.3. Каверзные и неожиданные вопросы.....	300

3.3.3. Начальный и заключительный этапы собеседования: тактики для начала и окончания собеседований	301
3.3.4. Выводы	304

ЧАСТЬ III. РУССКИЙ СТИЛЬ ОБЩЕНИЯ

Глава 1. Культурные особенности устных жанров	305
1.1. «Русский стиль общения» в русских собеседованиях.	
Представления и реальность	305
1.1.1. «Русский стиль общения» как признак культуры	305
1.1.2. Присутствие элементов «Русского стиля общения» в собеседованиях	307
1.1.2.1. Особенности, касающиеся места и времени общения	308
1.1.2.2. Особенности, касающиеся участников общения	309
1.1.2.3. Коммуникативные установки и намерения, и особенности, касающиеся тона общения	311
1.1.2.4. Признаки, касающиеся тем разговора	315
1.1.3. Нарушение коммуникативных постулатов как особенность русских собеседований, которая уменьшает успех	317
1.1.4. Выводы	319
1.2. Особенности реализации «менеджерского» стиля в русском деловом общении	321
1.2.1. Менеджмент и «менеджерский» дискурс в русском деловом мире	321
1.2.2. Ориентация на будущее на собеседованиях и совещаниях	325
1.2.3. Тенденция к эгалитарному общению на собеседованиях и совещаниях	326
1.2.3.1. Формы обращения на собеседованиях и совещаниях	326
1.2.3.2. Употребление местоимения <i>мы</i> на совещаниях	329
1.2.3.3. Выражение побудительных актов на совещаниях	331
1.2.4. Частотность некоторых ключевых слов «менеджерского» дискурса	333

1.2.5. Выводы	334
1.2.6. Приложение. Частотность ключевых слов на собеседованиях и совещаниях	335
1.3. Новые роли в новой деловой коммуникации на примере жанра собеседования.....	337
1.3.1. Экономические акторы в условиях перестройки и глобализации.....	337
1.3.2. Традиционалисты	342
1.3.3. Западники-адоптеры.....	344
1.3.4. Интеграторы.....	347
1.3.5. Выводы	348
1.4. Культурная специфика в австрийско-российских переговорах о сотрудничестве университетов.....	349
1.4.1. Контрастивная прагматика	349
1.4.2. Жанр: «межкультурные кооперационные переговоры»	350
1.4.3. Тематическая или макроструктура переговоров об университетской кооперации	351
1.4.4. Микроструктура переговоров об университетской кооперации	352
1.4.4.1. Межкультурные особенности на уровне отношений.....	352
1.4.4.2. Межкультурные особенности и изменения на уровне содержания	355
1.4.5. Выводы	359
Глава 2. Культурные особенности письменных жанров	361
2.1. «Не влезай, убьет»: Языковые и прагматические структуры публичных объявлений	361
2.1.1. Утилитарные жанры текста.....	361
2.1.2. Прагматические характеристики текстов публичного пространства.....	362
2.1.3. Надписи с информативной функцией.....	366
2.1.4. Надписи с декларативной функцией	367
2.1.5. Тексты с апеллятивной функцией.....	368
2.1.5.1. Просьба / побуждение: обращения морального характера, общественные призывы, социальные лозунги	368

2.1.5.2. Советы и предостережения	373
2.1.5.3. Прескриптивные тексты: предписание, приказ и запрет	379
2.1.6. Выводы	382
2.2. «Включите пылесос и приступайте к работе»:	
Русские инструкции по эксплуатации	385
2.2.1. Жанр инструкции по эксплуатации	385
2.2.2. Глобальная структура инструкций.....	387
2.2.3. Микроструктура чисто инструкционной части инструкций.....	389
2.2.3.1. Личные формы побуждения	390
2.2.3.2. Безличные формы побуждения	390
2.2.3.3. Лексический состав.....	391
2.2.3.4. Тематико-структурная особенность	391
2.2.4. Некоторые аспекты развития жанра за 20 лет	392
2.2.5. Выводы	393
2.2.6. Приложение: тексты 1—3	394
2.3. Контрастивная прагматика текста на примере русских и немецких рекомендаций по приготовлению полуфабрикатов	398
2.3.1. Условно-директивные тексты в сопоставительном плане	398
2.3.2. Общая характеристика жанра рекомендации по приготовлению полуфабрикатов.....	401
2.3.3. Макроструктура рекомендаций по приготовлению (тематическая структура, обязательные и факультативные компоненты).....	402
2.3.4. Микроструктура	407
2.3.4.1. Формулировка самих директивных актов.....	407
2.3.4.2. Степень эксплицитности количественных указаний (указание времени и температуры приготовления, количества ингредиентов)	413
2.3.5. Выводы	417
Заключение	419
Литература	423
Корпус	449