

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

P 25

Ратмайр Ренате

P 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

ВВЕДЕНИЕ

На общественную и экономическую жизнь России в конце XX — начале XXI вв. оказали существенное влияние в первую очередь два явления: перестройка общества и экономики и вслед за ней распад СССР, с одной стороны, и глобализация экономики на мировом уровне, с другой стороны. В условиях глобализации экономических (и не только экономических) отношений межкультурная коммуникация стала общепринятой формой общения. Компании осуществляют свою деятельность в разных странах и на разных континентах. Это требует по меньшей мере знания многих языков, но, даже если при общении употребляется английский язык как «лингва франка», требуется учет особенностей речевого поведения и других прагматических факторов, в особенности конвенций, принятых на уровне отношений партнеров по коммуникации.

Тесные связи приводят к сближению повседневных и профессиональных практик, наблюдается сдвиг русского этикета в сторону европейского (Кронгауз 2012: 240). Сетевые магазины продают одинаковую одежду во всех городах Европы и России, в любой стране можно обедать в Макдональдсе. Но даже если все будут говорить на английском языке, культурные особенности будут проявляться, а это значит, что с русским или российским партнером надо будет говорить не так, как с английским, немецким или китайским, независимо от выбранного языка. И это верно, несмотря на то что в разных языках наблюдаются близкие тенденции развития. Так, например, Ларина (2009: 193 и сл.) установила для английского языка, что снижение формальности — одна из современных тенденций в коммуникации, наблюдение, которое Норман (2013) среди многих других также сделал и в русском.

Процесс перехода от плановой к рыночной экономике в России проходит на фоне всемирной глобализации, в связи с которой заимствованные инструменты менеджмента, принятые в рыночной экономике, сами подвергаются изменениям (ср.: Mikl-Horke 2004: 98, 117). Данные трансформации касаются как реальности экономической жизни, так и отношения деятелей экономики к инновациям, что

в свою очередь приводит к гетерогенной ситуации, объединяющей различные новые и традиционные формы реализации экономической деятельности. Весь этот процесс отражается в различных связанных с экономикой областях, таких как реклама, паблик рилейшнз, веб-страницы фирм и многие другие. И нельзя забывать, что, кроме перестройки и глобализации, на языки в конце прошлого века стали оказывать большое влияние и такие технологические изменения, как широкое распространение компьютеров, электронной почты, Интернета и др. (Кронгауз 2006: 1), влияние которых на язык, однако, не находится в фокусе данной книги.

Языковые процессы последних десятилетий привлекли внимание ведущих русских лингвистов, был описан «Русский язык конца XX столетия» (Земская 1996), «Русский язык сегодня» (Крысин 2000—2006). Краткий обзор литературы о развитии русского языка на рубеже веков приводит, например, Кронгауз (2006: 1—4). Он указывает на постепенное изменение фокуса лингвистов: если вначале все внимание уделялось обновлению лексикона, то со временем начали изучаться и изменения в синтаксисе, грамматике, словообразовании, речевом поведении, а также появление новых типов и жанров коммуникации. Развитием грамматики русского языка на современном этапе занимается, например, Норман (2013 и др.). Оказывается, что есть и, на первый взгляд, противоречивые тенденции: с одной стороны, упрощение и либерализация норм (*обесценивание / снижение значения флексии и ослабление надежных функций*), с другой — расчлененность и многословность номинаций, особенно в письменной институциональной речи, которые связываются автором с лавинообразным разрастанием бюрократического аппарата. Подробному изучению актуальной речевой ситуации города Москвы посвящена книга Китайгородской и Розановой (2010). В ней представлены практически все особенности речевого быта российской столицы.

Я с большим интересом следила за развитием русской речи, регулярно приезжала в Россию и каждый год писала несколько статей, опубликованных в разных журналах и сборниках. Хотелось понять, что происходит с языком, как отражаются в нем бурные изменения в обществе. Со временем возникла идея собрать основные наблюдения в одно целое. Это, конечно, далеко не значит, что процесс взаимовлияния реализации рыночной экономики и русской речи закончен, с политическими протестами 2011—12 гг., наоборот, снова начались изменения. Как общественные, так и языковые процессы далеко не

закончены, процесс идет и будет идти дальше. Но думается, целесообразным является составить картину, отражающую последние 25 лет этого развития. Достигнуть полноты, конечно, невозможно, но некоторые черты развития мне удалось выделить.

Книга состоит из трех частей: «Лексика и концепты», «Прагматика» и «Русский стиль общения». Представим коротко отдельные части.

В первую главу первой части книги, посвященной лексике и концептам, входят статьи, написанные — большей частью на немецком языке — именно тогда, когда изменения стали впервые заметны и работы о них начали публиковать в разных сборниках и журналах (см. список в начале библиографии). С какой целью заниматься их сбором в 2012 г.?

Вопрос оправдан, и первоначально планировалось резко сократить примеры и включить в книгу только резюме. Но при чтении отрывков из газет и журналов начала 1990-х гг. — теперь уже через 20 лет после их выхода в свет — стало ясно, что сейчас, в 2011—2012-х гг., когда вспыхнули протесты против выборов «нового старого» президента, когда некоторые обозреватели начали указывать на признаки новой перестройки, языковые процессы перестройки приобрели новую актуальность. После протестов в декабре 2011 г. агентство Reuters, подводя итоги 2011 г., писало: «Бывалые аппаратчики в тревоге проводят параллели с “перестройкой”, обрушившей казавшийся вечным советский режим» (Reuters: Честные выборы станут экзаменом для Путина 30 декабря 2011: 14, 37). А в мире художников куратор выставки Artplay (www.artplay.ru) Татьяна Волкова указывает на то, что в деятельности панк-группы «Пусси Райот» многие видят параллель с художниками и интеллигенцией 1980-х гг. (см. Der Standard 27.6.2012, 34). Таким образом, есть смысл вновь внимательно посмотреть на бурное развитие речи в конце 1980 — начале 1990-х гг. Большинство примеров в этой и других частях книги приводится в конце отдельных параграфов, притом для лучшей читаемости нумерация примеров начинается в каждом разделе снова.

Тексты опубликованных статей были обработаны, перекомпонованы и переведены на русский язык большей частью автором¹. Возникшее новое целое, безусловно, далеко от полной картины

¹ При переводе некоторых текстов мне помог Michael Betsch, которому я выражаю сердечную благодарность.

тогдашней ситуации, но показывает ее бурное развитие. Именно в начале 1990-х гг. возник политический плюрализм, противоречащие взгляды на реальность стали появляться в разных СМИ рядом друг с другом, переоценка старых, появление новых слов, усиленное заимствование англицизмов — все это одновременно создало пеструю картину вместо однообразного монолита советского новояза. Англицизмы при этом в основном ограничены теми сферами жизни, которые пришли с перестройкой: это рыночная экономика, многопартийная система, парламентаризм, либерализация СМИ, мода, западный стиль одежды и жизни, разговоры о половой жизни и некоторые общественные явления, которые связаны с либерализацией, от торговли наркотиками до других новых видов преступности. Очень актуальная в 2012 г. сфера компьютерной техники и новых информационных систем и технологий в те годы еще не играла большой роли.

На основе анализа большого числа текстов перестройки показывается, что их характеризуют другие признаки, чем новояз, до того употреблявшийся для передачи политических и экономических содержаний. Изменения в области лексики классифицируются по категориям возвращения, переоценки и новых образований. Как на микро-, так и на макроуровне это прежде всего отход от коллектива и возвращение к индивидууму, а также ссылка не на неприкосновенную идеологию, а на *действительность* или *жизнь*, которые характерны для текстов перестройки.

Экономист Игорь Бирман в статье в «Московских новостях» (15/90, 10) утверждает, что в области вербального общения произошла настоящая революция: «Вообще, с точки зрения “слов”, за период перестройки произошла настоящая революция». Так как революция должна включать в себя полный разрыв с прошлым, я бы хотела сформулировать оценку состояния языка русских политических и публицистских текстов начала 1990-х гг. поосторожнее. Язык проанализированных текстов показывает симптомы настоящей перестройки: не измененный в своих фундаментальных структурах русский язык употребляется иначе, темы и их обсуждение другие, чем в советское время. Лексика претерпела не только процесс широкого обогащения, но и расширения, благодаря обращению к дореволюционному прошлому и переоценкам, которые затрагивают язык глубже, чем просто аддитивные дополнения. Новый политический плюрализм отменил официальную языковую норму политически релевантных текстов. Язык текстов перестройки при этом на самом

деле отражал «новое мышление», которое он должен был распространить среди носителей русского языка. До какой степени это удастся, чем завершится борьба антагонистических сил, тогда нельзя было предсказать. Но в середине 1990-х гг. можно было констатировать, что язык текстов перестройки является не разновидностью новояза или новым новоязом, а публицистическим стилем русского литературного языка, наподобие публицистического стиля немецкого или французского языков.

Вместе с лексикой изменились и концепты — «основная ячейка культуры в ментальном мире человека» (Степанов 2001: 43). *Деньги* стали приобретать то же значение, как и в западных капиталистических странах: если они есть, можно купить все, меняется взгляд на жизнь, *качество жизни* становится измеряемой ценностью. Все явления иллюстрируют процесс проникновения экономических и коммерческих критериев во все области жизни, приоритет коммунистической идеологии уступает место приоритету рынка и ориентации на эффективность, прибыль и выгоду.

Вторая часть книги посвящена прагматике. Употребление языковых средств, которое, как известно, является объектом лингвистической прагматики, меняется быстрее, чем языковая система. В данной части книги рассматриваются изменения в четырех областях прагматики: вежливость, стиль аргументации, стратегии ведения переговоров и стратегии самопрезентации.

Первая глава посвящена языковой вежливости — одной из центральных категорий лингвистической прагматики. Вежливость относится, безусловно, к уровню отношений между партнерами коммуникации. О вежливости говорится, когда при стилистическом выборе между разными формулировками выбирается та, которая в большей степени учитывает адресата и выражает уважение по отношению к нему. Как *градуированное* или *шкалированное* явление, вежливость «распространяется преимущественно на отношения *говорящий — адресат*» (Земская 1997б: 277—280). Тем не менее, в литературе вежливость некоторыми авторами связывается с параметрами экономики, например, исследователем Веркгофером (Werkhofer 1992), который рассматривает ее как аналог деньгам: вежливость как социальная конструкция, как лингвистический ресурс, который применяется в практике общения в любых социальных ситуациях. Отсюда и постоянное изменение и развитие вежливости, вернее, того, что рассматривается как вежливое поведение (Watts 2003: 143—144).