

## ВЕРБАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА ТЕЛЕВИЗИОННЫХ НОВОСТЕЙ РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ В УСЛОВИЯХ ПОЛИКОДОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

**О. Д. Колесникова**

*Научный руководитель – И. В. Пекарская, доктор филологических наук, профессор  
Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова*

*В статье анализируются условия повышения коммуникативной эффективности региональных телевизионных новостей. Рассматриваются результаты исследования, направленного на выявление и системную характеристику усилителей изобразительности и выразительности языка новостных эфиров, а именно, – элокутивов тропического и фигурального характера, повышающих уровень речевой прагматики региональных телевизионных новостей.*

**Ключевые слова:** *креолизованный текст, язык телевизионных новостей, речевое воздействие, экспрессивность, тропы, стилистические фигуры.*

Одной из важнейших характеристик коммуникативной стороны общения является её знаковый и интерпретационный характер. Информация всегда облачается в форму каких-либо знаков, без этого она не может быть представлена человеку. Перевод из одной знаковой формы в другую предполагает переформулирование или интерпретацию, поскольку точного соответствия между различными знаковыми системами нет. В отношении стилистических приёмов, производящих необходимый эффект на адресата, данные идеи были развиты ещё М. Риффатером [1].

Данные ряда исследований, посвящённых восприятию и пониманию телевизионных новостей, показывают, что при получении новой информации, её понимание направляют пресуппозиции. Новая информация, получаемая человеком, либо соотносится с имеющимися фоновыми знаниями, что позволяет достичь понимания, либо не соотносится ввиду двух причин: а) нет пресуппозиций; б) они есть, но не соотносятся с ситуационной ситуацией. Таким образом, новостные фрагменты лингвистического и экстралингвистического планов воспринимаются избирательно и накладываются на индивидуальный уровень убеждений, фоновых знаний и интеллект.

М. Г. Мартыненко описывает результаты проведённого эксперимента по восприятию новостной информации. Группу испытуемых просили описать наиболее важную информацию, которую они получили в ходе просмотра новостных отрывков. Опрашиваемые опирались при описании новостей на индивидуальный опыт, при этом комментарии к новостям были связаны с личным видением испытуемых и их представлениями о развитии событий. По мнению исследователя, это во многом объясняет, «почему аудитория, которая опирается на одну и ту же информацию, приходит к разным умозаключениям. При этом, пересказывая новостные сюжеты, испытуемые опирались на принятые в обществе стереотипы и устоявшиеся мнения. Таким образом, аудитория выражает своё мнение о новостных выпусках, которое укладывается в общий фон конкретного времени и политической, экономической ситуации» [2, с. 47].

Телевизионный формат относится к поликодовой коммуникации. Речевая сфера в телевидении формируется в результате взаимодействия и взаимовлияния трёх разных компонентов триады: изображение – звук – речь. В этой связи информация в телевизионных новостях всегда предстаёт перед аудиторией как креолизованный текст, в котором вербальный и изобразительный компоненты образуют, по выражению В. Г. Костомарова, «одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое» [3, с. 45].

Креолизованный текст сложно организован. Тексты новостных программ, наряду с вербальным компонентом и последовательно меняющимся визуальным рядом, содержат разного рода графики, таблицы, схемы. Зритель также видит на экране название телеканала, микроблоки интервью, бегущую строку, имена и должности действующих в сюжетах лиц, интерьер студии. Он слышит естественные шумы, музыкальные заставки телепрограммы. Иными словами, основную информационную, смысловую и эмоциональную нагрузку, в зависимости от типа подачи новостных программ, может принимать на себя тот или иной элемент триады. Естественно, соотношение между вербальным и невербальным компонентами телевизионных новостей будет меняться, выявляя контекст влияния, с помощью которого элементы визуальной, аудио- и речевой ситуации действуют на зрителей.

Всё сказанное свидетельствует о том, что анализ использования языковых средств в новостных телевизионных программах имеет смысл только в связи с экстралингвистической основой формирования телевизионной речи. По мнению С. В. Светаны, известного советского исследователя телевизионной речи, «речевой контекст и речевую ситуацию, в которой функционирует конкретная языковая единица, необходимо постоянно связывать с экраным контекстом и в этой связи находить специфические особенности функционирования языковых единиц» [4, с. 101]. Иными словами, телевидение обладает индивидуальными средствами воздействия, которые позволяют увеличить возможности слова благодаря наличию зрительного ряда. При этом изображение обогащает звучащее слово и предъявляет к нему специальные требования.

Решение главной культурно-речевой проблемы – разработать приёмы и рекомендовать условия для успешного и эффективного общения – напрямую касается и телевизионных новостей, ориентирующихся на массовую аудиторию и нейтральную лингвистическую среду. Такое решение вряд ли может быть найдено без изучения процессов речи-мысли. К ним Л. К. Граудина и Е. Н. Ширяев относят когнитивные процессы и компоненты этих процессов: структуру фоновых знаний, типы пресуппозиций, типы пропозиций (способы концептуализа-

ции), оценочные знания, эмоции и модальные отношения (об этом мы говорили ранее). По мнению названных учёных, сегодня можно аргументированно говорить о следующих предположениях: «о нежестком разграничении интеллектуальных и эмоциональных процессов, о существовании разных типов понимания, о фреймовом характере восприятия (а не только понимания). Познание окрашено чувственными образами, эмоционально окрашено, следовательно, мир знаний опосредован эмоционально-оценочной палитрой и ассоциативными рядами, что делает невозможным неиндивидуальное, обобщённо-нейтральное выражение» [5, с. 75]. Это же отмечает Р. М. Блакар, утверждая, что выразиться нейтрально невозможно [6]. Об этом же в своё время писал Т. Г. Хазагеров, утверждая, что любой речи свойственна изобразительность, но не любая способна создавать при этом предельно конкретные образы [7].

Важным прагматическим фактором коммуникативной эффективности телевизионных новостей также является то, что в теории речевых актов называется перлокутивными силами, под которыми подразумевается воздействие, оказываемое на адресата коммуникацией. По мнению ряда исследователей, занимающихся данной тематикой (Н. Д. Арутюнова, Е. В. Падучева, Е. Г. Борисова и др.), общение может быть эффективным только при условии соответствия коммуникативного намерения (иллокуции) и воздействия на адресата (перлокуции). То есть адресант спрашивает, адресат хочет и может ответить; адресант информирует – адресат нуждается в информации и усваивает её. Если же баланс иллокуции и перлокуции нарушен, эффективность коммуникации может существенно понизиться и дойти вовсе до нуля [8; 9; 10].

В качестве подтверждения приведём результаты двух социолингвистических исследований, проведённых нами в Республике Хакасия в 2011–2012 гг.

Первое касалось тематики, которая доминирует в эфире новостей двух единственных на момент исследования региональных телеканалов. Проведённый анализ показал, что темами-лидерами, к которым чаще всего обращаются редакции новостей, являются: 1) работа органов власти; 2) происшествия, ЧС, нарушения законодательства; 3) проблемы ЖКХ; 4) новости экономики, промышленности, малого бизнеса; 5) социально значимые события. Их общая доля в эфире составляет более 50 %. Наименьшую долю в эфире республиканских теленовостей – менее 5 % – заняли четыре темы: 1) проведение досуга; 2) информационные технологии и развитие информационного общества; 3) защита прав граждан; 4) развитие сельского хозяйства [11].

Второе исследование представляло собой социолингвистический опрос жителей республики в возрасте от 18 лет и старше, проживающих в 13 населённых пунктах региона. Одной из задач исследования было выявить коммуникативные тематические предпочтения респондентов при просмотре республиканских новостных программ с точки зрения: 1) тех тематических сюжетов, на которые респонденты чаще всего обращают внимание; 2) тем, которые недостаточно освещаются в теленовостях и которые участники опроса хотели бы чаще видеть в эфире.

Результаты опроса показали, что тематика новостей, предлагаемая региональными телеканалами, далеко не во всём соответствует зрительским запросам и предпочтениям. Так, тема защиты гражданских прав с явным отрывом лидировала среди тем, которых, по мнению опрошенных, не хватает в эфире (об этом заявили 43 % респондентов), в отличие от происшествий и ЧС, о нехватке которых заявили всего 5 % опрошенных. Аналогичная ситуация складывается с сюжетами о жизни рядовых жителей республики (29 % опрошенных на момент проведения исследования сообщили, что данная тема недостаточно освещается в республиканских новостях) [12].

Итак, результаты проведённых социолингвистических исследований показывают, что тематическая скудность региональных новостных программ снижает прагматический потенциал одного из самых массовых телевизионных жанров и не способствует эффективной коммуникации между СМИ и аудиторией.

Заметное влияние на данный процесс оказывает также трансформация публицистического стиля (к которому относится жанр телевизионных новостей), связанная с развитием информационно-коммуникационных технологий, прежде всего Интернета и сотовой связи. С одной стороны, в телевизионной речи нарастает раскованность публичной речи, когда предпочтение отдаётся свободному говорению в разных типах «официальной» обстановки. Такие условия очень благоприятны для неконтролируемого смещения книжно-письменных и устно-разговорных речевых особенностей. Это может способствовать снижению речевой культуры: ведь книжно-письменные языковые средства не приспособлены для применения в устной (звучащей) речи.

Исследователи подчёркивают: телевизионный контекст предполагает взаимодействие различных кодифицированных вербальных средств, которые формируют многоуровневую вербальную систему языка телевидения, а значит, и телевизионных новостей. При этом отступление от нормы в телевизионной речи становится массово распространённым способом, который, по мнению М. Г. Мартыненко, «формирует тенденцию к расшатыванию системы кодифицированных норм» [2, с. 28]. Как следствие, в телевизионной речи всё более заметным становится расширение границ публицистического стиля, который при использовании в своём «поле» стилистически маркированной лексики приближается к художественной речи, которая во все времена в силу основной коммуникативной функции эстетического воздействия на собеседника имела возможность и право использовать не только маркированные элементы на уровне нейтральных (например, изобразительно-выразительные средства), но и пользоваться любыми маркированными средствами любого стиля литературного языка (как устной, так и письменной форм), а также нелитературными элементами (просторечной, жаргонной лексикой). В связи с этим сегодняшний язык публицистики демонстрирует некую акцентность на более «понятный» целевой аудитории язык, соотносимый зачастую с устной формой разговорной речи, наблюдающей при этом возможность вкрапления из различных стилей русского национального языка. Интересным фактом также является и

то, что язык телевидения считает возможным, уместным использование маркёров других стилей: стереотипов, клише, простых синтаксических конструкций, укороченных текстов, что упрощает восприятие в силу демократизации и клиповости сознания.

Сегодня в языке телевизионных новостей преобладают тенденции экономии языковых средств и усиления экспрессивности, тенденции избыточности и нейтральности постепенно уходят в тень. Как уже было отмечено, происходит намеренное оживление повествования словами и оборотами из других стилей, в особенности из разговорного, активно используются изобразительно-выразительные средства языка. «Сферу массовой коммуникации характеризует эффект эмоциогенности, в соответствии с которым тексты массовой коммуникации обладают повышенным эмоциональным «фоном», их задача – формирование мнения, а не знания», – подчёркивает один из исследователей телевизионной речи В. Н. Степанов в своей работе «Прагматика спонтанной телевизионной речи» [13, с. 28].

Наиболее распространённым и лучше всего освоенным языковым инструментом, который используется СМИ для целей речевого воздействия в настоящее время, являются эвфемистические сочетания: выбор слов и эквивалентных им сочетаний, «затушёвывающих» истинный смысл обозначаемого. В силу разнообразия лексической семантики эвфемистические сочетания оказываются универсальным способом, с помощью которого осуществляются самые разные виды воздействия.

Практически в каждом слове зафиксирован определённый фрагмент модели мира, которые могут быть достаточно разнообразными. Слова фиксируют семантические интерпретации участников коммуникативных ситуаций, часто вступают в отношения асимметрии, имеют различный логический статус, если иметь в виду различную сравнительную значимость смысловых компонентов.

«Свойство слов отражать и формировать психический опыт делает их мощным орудием сознательных и бессознательных процессов, – пишет М. Р. Желтухина. – Проникая до уровня глубинных структур с помощью определённых слов, адресант может выявлять скрытые психические процессы, находящие своё выражение в паттернах адресата, и влиять на них. В связи с тем, что человеческий опыт значительно превосходит словарный запас, одно слово может вызвать различные ассоциации у разных людей. Это часто приводит к отождествлению или путанице двух или более ситуаций, т. е. к обобщению и двусмысленности. Масс-медиа активно используют полисемию для достижения конкретных целей» [14, с. 83].

Коммуникативные цели, которые ставят перед собой редакции телевизионных новостей и авторы новостных сюжетов, определяют выбор и организацию языковых средств. В речи телевизионных новостей часто используются элокутивы – изобразительно-выразительные средства, которые обладают значительным экспрессивным потенциалом, способным сделать коммуникацию более прагматичной, а значит – эффективной. Как отмечает И. В. Пекарская, «экспрессивные средства, к которым относятся тропы и фигуры, это то «орудие», при помощи которого производится воздействие на адресата речи» [15, с. 244].

Мы проанализировали 260 телевизионных репортажей (16 полных выпусков за январь 2014 года популярной программы новостей «Nota Bene» в Республике Хакасия). В фокусе нашего внимания находились тропы и стилистические фигуры, цель исследования заключалась в выявлении особенностей их использования в телевизионных новостях.

Проведённый нами анализ показал, что в речи телевизионных новостей тропов употребляется больше, чем фигур (55 % против 45 %), что подтверждает доминирование экспрессивной функции: создание образа, передача эмоционального состояния для привлечения внимания зрителя и усиление впечатления от воспринимаемой информации. Наиболее частотными тропами являются метонимия, эпитет, перифраз и метафора. На их долю приходится 94 % от общего числа выявленных тропов, используемых в телевизионных новостях, что связано с их функциональной спецификой: образным определением и представлением предмета речи, возможно, с использованием «слов и описательных оборотов, употребляемых вместо традиционного наименования с целью выявления наиболее существенных признаков обозначаемого» [16, с. 108].

По мнению ряда исследователей, например И. В. Пекарской, Е. С. Грищевой, М. Р. Желтухиной и других [17; 14], тропы по своему содержанию выражают определённое субъективное отношение к миру. Последнее обуславливает не только характер видения мира, но и его ощущение. Как и все изобразительно-выразительные средства, тропы двусторонни: 1) раскрывая значение, денотативное содержание, они формируют его смысловую и интеллектуальную оценку; 2) выражая субъективное отношение, они придают смыслу чувственный облик [14].

Механизм образования тропов, считает М. Р. Желтухина, «представляет собой технику переносов, в основе которой лежат образность (совмещение буквального и переносного значений), выразительность, необычное сочетание слов, полисемия (двуплановость, совмещение двух семантических планов). Природа тропов заключается в использовании полисемантичности слова и выражения (т. е. в одновременной реализации двух значений)» [14, с. 52].

И. В. Пекарская уточняет, что переносные значения фиксируются речью, но со временем могут закрепиться в языке в разной степени устойчивости. Если уровень трафарета однозначно воспроизводим в любой коммуникативной ситуации, можно говорить о стёршихся тропах, например, о «мёртвых» метафорах или выражениях, которые носят терминологический характер. Если же уровень трафарета достаточный, но не однозначный, возможно говорить о целесообразности создания словарей авторских тропов, закрепляющих тропеические схемы в языке [17; 18; 19].

Во всех этих случаях речь идёт о границах тропеического пространства в рамках функционально-семантического поля экспрессивности. Данное поле (так же, как и любое другое) имеет ядерно-периферийную структуру. В ядре интенсивность проявления интегрирующего признака экспрессии достигает самых высоких показателей. От центра (ядра) к периферии интенсивность таких признаков ослабляется и на крайней периферии интенсивность экспрессивности является минимальной. Это мы и видим, когда троп стирается, лишь генетически представляя собой риторическую фигуру, функционируя как слово или фразеологизм в его устойчивом словарном значении. Частотность употребления тропов и активация тропеического пространства зависят в том числе от дискурсивной и жанровой специфики.

Как уже отмечалось, достаточно часто в языке телевизионных новостей используются и стилистические фигуры, которые за счёт высокого прагматического потенциала обладают способностью удерживать внимание зрителей в условиях визуализации сообщаемой информации и ограниченной продолжительности телевизионного репортажа.

А. П. Сковородников и Г. А. Копнина определяют стилистическую фигуру как синтагматический формализованный стилистический приём [20; 21]. Т. Г. Хазагеров, Л. С. Ширина считают, что это – специальное средство усиления изобразительности, состоящее из двух компонентов – сопоставляемого и сопоставляющего, которые, объединяясь, формируют общее сложное представление [7, с. 275]. И. В. Пекарская настаивает на целесообразности употребления термина именно «стилистическая фигура», так как, во-первых, этот термин в отличие, например, от термина «риторическая фигура», не обнаруживает прямых обязательных связей с категорией эмоциональности (так как фигура всегда экспрессивна, но не всегда эмоциональна); во-вторых, общее определение фигур как стилистических «актуализирует связь со стилистической организацией языка/речи, а значит, и проблемой целесообразного намеренного выбора языкового средства воздействия в целях получения желаемого эффекта» [15, с. 245].

Наиболее частотными стилистическими фигурами, употребляемыми в языке телевизионных новостей, как показали результаты нашего исследования, являются инверсия, эллипсис, семантико-грамматическая антитеза, парцелляция и асиндетон. На их долю приходится более 83 % от общего числа выявленных стилистических фигур, используемых в телевизионных новостях, что обусловлено креолизированностью подачи информации и экстралингвистической природой телевизионных новостей.

Средствами синтаксиса в русском языке вообще предоставляется достаточно широкий выбор инструментов речевого воздействия. Выбор синтаксической конструкции способен, в частности, менять точку зрения, включать или не включать событие в фокус внимания тех или иных участников ситуации и тем самым достигать или избегать, например, упомянутого ранее эвфемистического эффекта, искажающего действительность.

В силу ограниченного объёма данной публикации мы не предлагаем соответствующий иллюстративный материал, акцентируем внимание лишь на некоторых особенностях использования некоторых типов синтаксических конструкций, применяемых для создания соответствующих прагматических установок.

Одним из активно используемых приёмов речевого воздействия можно назвать употребление конструкций с пассивным залогом вместо активного и так называемой номинализации, то есть перевод словосочетания с глаголом в отглагольное существительное. При использовании пассивного залога информация о реальном производителе действия может не упоминаться без того, чтобы возникало ощущение неполноты сказанного, на первый план выходит само событие, а ответственность за него вроде бы никто не несёт.

Для целей речевого воздействия также может использоваться упорядочение элементов в конструкциях с сочинительными союзами. Порядок их следования редко является случайным, и, помещая какой-то элемент на первое место, говорящий способен устанавливать отношения «свой/чужой», а также в целом иерархические отношения в образе действительности. Соответствующая стилистическая фигура, намеренно использующая повторяющиеся союзы для логического и интонационного подчёркивания соединяемых союзами членов предложения для усиления воздействия речи, как известно, носит название полисиндетон.

Итак, статистическая информация, полученная в результате практического исследования конкретных новостных программ, позволяет утверждать, что потенциал усиления воздействия речи на массового коммуникативного партнёра, а соответственно и уровня эффективности коммуникации, заложен в сбалансированности поиска более разнообразной и интересной для зрителя телевизионных новостей тематики с выбором изобразительно-выразительных средств. Именно специфика тем определяет по «схеме эффективного речевого воздействия» [22] особенности системного использования невербальных и вербальных средств образности, изобразительности и выразительности в креолизованном тексте телевизионных новостей, в том числе элокутивов тропеического и фигурального характера для усиления речевого воздействия на собеседника и превращение коммуникации в яркую, эффективную.

#### Библиографический список

1. Riffaterre, M. The Stylistic Function / M. Riffaterre // Proceedings of the 9<sup>th</sup> Inter. Congr. of Linguists / Ed. By Lunt. – Cambridge: Mass, 1964. – P 316–323.
2. Мартыненко, М. Г. Вербальные и невербальные перлокутивные факторы телевизионных сообщений (на примере новостного политического дискурса): дис... канд. филол. наук / М. Г. Мартыненко. – М., 2015. – 222 с.
3. Костомаров, В. Г. Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики / В. Г. Костомаров. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.
4. Светлана, С. В. Телевизионная речь. Функции и структура / С. В. Светлана. – М.: Изд-во МГУ, 1976. – 151 с.
5. Культура русской речи: учебник для вузов / под ред. проф. Л. К. Граудиной, проф. Е. Н. Ширяева. – М.: Изд. группа «Норма – Инфра-М», 1999. – 560 с.
6. Блакар, Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – Благовещенск, 1998. – С. 88–125.

7. Хазагеров, Т. Г. Общая риторика: Курс лекций. Словарь риторических фигур / Т. Г. Хазагеров, Л. С. Ширина. – Ростов н/Д: Феникс, 1999. – 320 с.
8. Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1998. – 338 с.
9. Падучева, Е. В. Высказывание и его соотносённость с действительностью / Е. В. Падучева. – М.: Наука, 1985. – 272 с.
10. Борисова, Е. Г. Перлокутивная лингвистика и её преподавание студентам-филологам / Е. Г. Борисова // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. – 2001. – № 1. – С. 115–134.
11. Колесникова, О. Д. Доминирующие темы и главные герои региональных теленовостей: сдерживающие факторы модернизации (на примере Республики Хакасия) / О. Д. Колесникова // Идеи и идеалы. – 2012. – № 3 (13).
12. Колесникова, О. Д. Специфика влияния региональных теленовостей на социальное самочувствие населения региона (на примере Республики Хакасия) / О. Д. Колесникова // Политика и общество. – 2012. – № 10 (94).
13. Степанов, В. Н. Прагматика спонтанной телевизионной речи / В. Н. Степанов; Международный университет бизнеса и новых технологий. – Ярославль, 2008. – 248 с.
14. Желтухина, М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: дис.... д-ра филол. наук / М. Р. Желтухина. – М., 2004. – 358 с.
15. Пекарская, И. В. Контаминация в контексте проблемы системности стилистических ресурсов русского языка / И. В. Пекарская. – В 2-х ч. Часть 1. – Абакан: Изд-во ХГУ им. Н. Ф. Катанова, 2000. – 248 с.
16. Антонов, В. П. Речеведение: учебно-методический комплекс по дисциплине: в 7 частях. Часть 6: Русский язык и культура речи. Учение о речевой культуре. Теория качеств речи. Элокуция. Эффективная коммуникация: курс лекций / В. П. Антонов, И. В. Пекарская; под общ. ред. И. В. Пекарской. – Абакан: Изд-во ФГБОУ ВПО «Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова», 2014. – 320 с.
17. Пекарская, И. В. Речеведение: учебно-методический комплекс по дисциплине: в 7 частях. Часть 4: Сопоставительная стилистика. Проблемы теории элокуции: учебное пособие / И. В. Пекарская, Е. С. Грищева, В. Г. Карпов, В. А. Савченко, Е. А. Шпомер; под общей ред. И. В. Пекарской. – Абакан: Изд-во ФГБОУ ВПО «Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова», 2014. – 396 с.
18. Пекарская, И. В. Эффективная контаминация: элокутивное воздействие речи / И. В. Пекарская. – В 2 ч. Часть 1. – Абакан: Изд-во ФГБОУ ВПО «ХГУ им. Н. Ф. Катанова», 2014. – 300 с.
19. Полухина, В. Словарь тропов Бродского (на материале сборника «Часть речи») / В. Полухина, Ю. Пярли. – Тарту: Изд-во Тартуского университета, 1995. – 342 с.
20. Сквородников, А. П. Экспрессивные синтаксические конструкции современного русского языка. Опыт системного исследования / А. П. Сквородников. – Томск: Изд-во Томского гос. ун-та, 1981. – 255 с.
21. Копнина, Г. А. Риторические приёмы современного русского литературного языка: опыт системного описания / Г. А. Копнина. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 576 с.
22. Грищева, Е. С. Современный политический дискурс в контексте коммуникативной и языковой прагматики: монография и системный словарь-справочник «Язык политика» / Е. С. Грищева, Е. В. Кобец, И. В. Пекарская, Е. А. Шпомер; под ред. И. В. Пекарской. – Абакан: Изд-во ФГБОУ ВПО «Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова», 2012. – 336 с.

© Колесникова О. Д., 2016

УДК 81.367.332.1:811.161.1+811.111

## ПРОСТОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ В НЕМЕЦКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ В СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ АСПЕКТЕ

**В. М. Крайзер, В. П. Антонов, А. М. Гончаров**  
*Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова*

*В данной статье рассматриваются в сопоставлении простые предложения в немецком, английском и русском языках. В первую очередь в сопоставляемых языках анализируются формально-структурные особенности указанного типа предложения. Особое внимание в рассматриваемых языках обращается на такие специфические черты, как структура подобных конструкций, порядок слов в них, вербальность (слагольность) предложений и некоторые другие.*

**Ключевые слова:** *простое предложение, типы предложений по цели высказывания, двучленность, вербальность, фиксированность, порядок слов в простом предложении, актуальное членение предложения, тема, рема, предложение и высказывание.*

Целью исследования в данной статье является освещение следующих вопросов: определение предложения вообще и простого предложения в частности, а также некоторых аспектов его описания; место простого предложения в синтаксической системе языка; порядок слов в простом предложении; отдельные типы односоставных предложений и особенности выражения в них главного члена (главных членов). Данные вопросы рассматриваются на материале немецкого и английского языков в сопоставлении с русским.

Во всех современных синтаксических концепциях предложение рассматривается в качестве центрального объекта синтаксиса. В частности, по словам В. А. Белошапковой, учение о предложении занимает такое положение в синтаксической теории со времени появления первых теоретических трудов – по отношению к отечественной науке с конца XVIII – начала XIX века [1, с. 602]. В истории синтаксиса как учения – и в отечественной, и в западноевропейской лингвистике – предложение как одна из его основных единиц трактовалось по-разному: то как равное логическому суждению, то как психологический акт коммуникации, то как собственно языковая (синтаксическая) категория, обладающая своими формальными и смысловыми (семантическими) свойствами и т. д. Причём в рамках подхода к предложению как языковой категории сложилось несколько направлений его изучения (см., например, об этом: [2, с. 396]).

Современная синтаксическая наука характеризует предложение как явление многоаспектного характера. Эта многогранность, с одной стороны, и сложность предложения как единицы языка – с другой, объективно приводят исследователей к необходимости выделения при интерпретации его сущности различных аспектов. Первым, кто выдвинул идею разноаспектности предложения, в частности, на материале немецкого языка, был В. Г. Адмони, который в 30-е годы прошлого века начал заниматься изучением синтаксиса немецкого языка, а