

ГЕРМЕНЕВТИКА

Е.А. Попов

АЛОГИЗМЫ В ГАЗЕТНОМ ТЕКСТЕ: ПРОБЛЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ

***Аннотация:** статья посвящается проблемам исследования алогизма в газетном тексте. Как известно, с развитием печатных средств массовой коммуникации возрастает количество языковых нарушений, связанных с продуцированием в них различных логических ошибок. С одной стороны, это существенно затрудняет понимание такого текста, заставляет адресата многократно интерпретировать полученную информацию, с другой же стороны, нередки случаи намеренного использования алогизмов в газетном тексте. Это повышает их стилистическую окрашенность, экспрессивную оценочность. Проблемам выделения именно этих уровней продуцирования алогизмов уделяется особое внимание в настоящей статье.*

***Ключевые слова:** филология, алогизм, речь, текст, газета, ошибка, неудача, проблема, язык, стиль.*

В современной стилистике проблема возникновения алогизмов в газетном тексте является достаточно актуальной. Причины этого могут носить как экстралингвистический характер (прогрессирующее развитие средств массовой коммуникации и в связи с этим повышение уровня образования авторов, продуцирующих тексты, и соответственно адресатов, для которых эти тексты предназначаются), так и интралингвистический характер, например: «1) сокращенные умозаключения, когда та или иная часть умозаключения не высказывается, а только подразумевается; 2) нарушение обычных правил словоупотребления; 3) неверное синтаксическое построение фразы и т.д.»¹

Обращение исследователей к проблеме алогизма в газетном тексте представляется тем более важным, что, по замечанию В.В. Одинцова, «если в XIX в. критерием и показателем нормативности был язык художественной литературы, то сейчас для определения нормы, для выяснения степени употребительности и стилистической характеристики лексических и синтаксических единиц... обращаются к текстам газеты, радио...»²

Газетный текст, построенный с соблюдением языковых норм и закономерностей, принимает полноценное участие в коммуникативном процессе, но далеко не всегда тексты средств массовой информации строятся и воспроизводятся с соблюдением языковых норм; причин такового явления можно выделить множество:

непрофессиональный подход организаторов издания, отсутствие развитой материальной базы, недостаточная компетентность редакторов и корректоров и т.д. Очевидно, что аномалия, продуцированная в газетном тексте и не распознанная редакторами, может угрожать всему коммуникативному процессу и коммуникативной значимости такого текста. Характер аномалий, которые могут возникнуть в любом тексте, весьма разнообразен: от орфографических и пунктуационных нарушений (такие аномалии редко затрудняют восприятие текста, и механизм их возникновения прост: невнимательность, незнание определенного правила и т.д.) до нарушений логических, которые могут вызвать сложности при восприятии текста.

Аномалии, исследуемые в настоящей работе, представляют собой совокупность нарушений логических законов, правил и языковых норм (лексических, синтаксических и стилистических); механизм возникновения таких нарушений (алогизмов) достаточно сложен и, по всей видимости, должен последовательно изучаться в психологии, социолингвистике, логике и т.д.

Однако большинство исследователей лишь отчасти затрагивают вопросы, связанные с возникновением алогизмов и последствиями их продуцирования (Г.В. Ейгер, Л.А. Киселева, Г.В. Колшанский, В.В. Одинцов, В.И. Свинцов и др.). В работах Ю.Д. Апресяна, например, приводятся возможные классификации алогизмов; во многих научных разработках алогизм рассматривается в ряду прочих аномалий (Н.Д. Арутюнова, Т.А. Ван Дейк, Т.В. Булыгина, А.Д. Шмелев и др.).

¹ Кондаков Н.И. Логический словарь. М., 1971. С. 72.

² Одинцов В.В. Стилистика текста. М., 1980. С. 41.

В вышеупомянутых работах такая аномалия как алогизм рассматривается частично; в них декларируется необходимость изучения алогизма как явления, прежде всего затрудняющего восприятие текста, и затем как языковой фиксации хода мысли говорящего или автора: «Опасность алогизмов не ограничивается их локальным влиянием на каждый конкретный участок текста или даже на текст в целом. В этом смысле возникает первейшая необходимость исследовать нарушение на всех уровнях языка...»³. В связи с этим в настоящей статье алогизм будет рассмотрен с двух сторон: во-первых, как нарушение конкретных законов и правил формальной логики (собственно логические ошибки, возникающие в процессе мыслительной деятельности), во-вторых, как явление языкового порядка.

Очевидно, что потребности в изучении алогизмов вообще и алогизмов в газетных текстах в частности достаточно велики. До сих пор не предпринято комплексного исследования возникновения алогизмов, последствий их в речи и языковой фиксации.

Процесс или механизм изучения алогизмов в газетном тексте условно можно представить в виде цепи, состоящей из этапов анализа газетных текстов: содержательный анализ (выявление нарушений логики рассуждения и их последствий в речи) — эксперимент (ответ на основной вопрос: насколько газетный текст с продуцированной в нем логической аномалией (алогизмом) понятен или непонятен адресату) — языковой анализ газетных текстов (выявление языковой структуры алогизмов в тексте).

Предметом настоящего исследования является, таким образом, алогизм как языковая аномалия, продуцированная в газетном тексте. Проблемам определения алогизма как языковой аномалии и выявления существенных свойств подобного нарушения будет отведено особое место в данной работе.

Газетный текст, как нам кажется, наиболее подходит для изучения такой аномалии, как алогизм, поскольку именно сейчас происходит развитие печатных средств массовой информации как в количественном отношении, так и в качественном. Чаще всего именно оперативность газетного текста и недостаточная языковая или профессиональная компетенция работников СМИ являются предпосылками возникновения алогизма.

Мы не случайно выбрали для исследования газетный текст. Особенности газетного текста таковы, что, по мнению А.Т. Орлова, автора статьи «Структурно-смысловые типы газетных текстов», газетный текст представляется как «...всегда системно орга-

низованная совокупность, строго определенное сочетание предложений, целостное речевое (и языковое) образование»⁴.

Д.Н. Шмелевым выделяются особенности публицистического стиля, в границах которого, безусловно, следует рассматривать газетный текст: направленность на воздействие и убеждение; экспрессивность; общественную значимость привлекаемых к обсуждению явлений; вовлечение в обсуждение второго лица с предполагаемой его реакцией на сообщение и т.д.⁵ Г.В. Колшанский говорит о неразрывном единстве текста и контекста, регулируемом «прежде всего гносеологией мышления, реализующего в смысловом наполнении текста систему языка...»⁶. (Ср. в связи с этим: контекст — это «языковое средство, содержащее по своей структуре чисто языковые данные, по которым читатель или слушатель заключает о конкретной информации, содержащейся в каком-либо многозначном элементе высказывания»⁷).

Если мы будем вести речь о газетном тексте как явлении газетно-публицистического стиля, возникает необходимость далее представить возможные подходы к понятию стиля вообще и газетно-публицистического в частности.

Стиль языка, по Ю.С. Сорокину, это «семантически замкнутая, экспрессивно ограниченная и целесообразно организованная система средств выражения...»⁸. (Ср.: Р.А. Будагов: «языковой стиль — это разновидность общенародного языка...характеризующаяся известной совокупностью признаков, часть из которых... повторяется в других стилях...»⁹). Два этих взгляда на понятие «стиль» дают представление о стиле языка, но в стилистике существует проблема разграничения стилей языка и стилей речи. Эта проблема, по словам В.Г. Кузнецова, одна из самых спорных; некоторые исследователи говорят о стилях языка, другие — о стилях речи, третьи — о стилях как явлениях языково-речевого порядка¹⁰.

⁴ Орлов В.Т. Структурно-смысловые типы газетных текстов // Русский язык в школе. 1990. № 2. С. 62.

⁵ Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977.

⁶ Колшанский Г.В. Проблемы коммуникативной лингвистики // Вопросы языкознания. 1979. № 6. С. 42.

⁷ Колшанский Г.В. Контекстная семантика. М., 1980. С. 55.

⁸ Сорокин Ю.С. К вопросу об основных понятиях стилистики // Вопросы языкознания. 1954. № 2. С. 70.

⁹ Будагов Р.А. Литературные языки и языковые стили. М., 1967. С. 68.

¹⁰ Кузнецов В.Г. Функциональные стили современного французского языка. М., 1991. С. 28.

³ Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989. С. 24.

Несмотря на то, что проблема стилей языка и речи до сих пор не решена, ученые продолжают рассматривать различные варианты разделения стилей. Краткий обзор возможных вариантов представлен, например, в книге А.Н. Кожина, О.А. Крыловой, В.В. Одинцова¹¹. По всей видимости, решение данной проблемы будет возможным сразу, как только будет решена проблема взаимоотношения языка и речи, однако уже теперь считают, что «стили языка — это основной вид функционально-стилистического расслоения литературного языка (в единстве, однако, с коммуникативной функцией языка. — *Е.П.*)»¹², а «стили речи — это стилистически отмеченные разновидности или жанрово фиксированные вариации стиля литературного языка»¹³.

Существенным представляется рассмотрение стилей в связи с функционированием языка, один из вариантов разграничения стилей основывается как раз на выделении так называемых общественных функций языка: «При выделении таких важнейших общественных функций языка, как общение, сообщение и воздействие, могли быть...разграничены такие стили: обиходно-бытовой стиль (функция общения)...публицистический и художественно-беллетристический (функция воздействия)¹⁴. Однако такое разграничение стилей, основанное только на функциях языка, представляется, по замечанию В.Г. Кузнецова, недостаточным: «В современной стилистике наибольшее распространение получил принцип выделения функциональных стилей в зависимости от их соотношения с определенными областями общественного сознания...»¹⁵. Такой экстралингвистический подход к выделению функциональных стилей позволяет выделить научный, официально-деловой, публицистический, художественный стили (весьма значительна при этом опора на определенную область общественного сознания, соответственно науку, право, политику и искусство).

По нашему мнению, выделение публицистического стиля на основе политики не отвечает требованиям современной стилистики, т.к. публицистика в большей степени, чем любой другой стиль, вбирает в себя признаки всех стилей, являясь своеобразным стилевым конгломератом. В.Г. Кузнецов¹⁶ в качестве

стилевых признаков публицистического стиля выделяет следующие: функции сообщения и воздействия обуславливают стандарт и экспрессию языковых средств; особая роль субъекта речи во взаимодействии с участниками описываемых им событий (отношения *автор — адресат*).

Функционирование языка естественным образом связывается с процессом коммуникации как отношениями между производителем и получателем определенной информации. (Ср.: Д.Н. Шмелев: «функционирование языка...определяется тем, что всякое высказывание от кого-то исходит и к кому-то направлено...»¹⁷. Т.Г. Винокур настаивает на обязательности совокупного функционального и коммуникативного подхода к изучению явления стиля¹⁸).

Если рассматривать массовую коммуникацию как социальный процесс, характеризующийся сложностью распространяемой им информации, то в связи с этим возникает проблема взаимоотношения автора и адресата (участников коммуникативного процесса), которое, однако, не ограничивается только лишь социальным воздействием их друг на друга. Тогда, по мнению Т.Г. Винокур, «мера воздействия слушающего на говорящего зависит от характера их связи (непосредственный или опосредованный контакт, форма речи, тип отношений)¹⁹. В настоящем исследовании газетный текст рассматривается прежде всего с позиций адресата, к которому информация направляется, но не следует забывать, что коммуникативный процесс возможен лишь при взаимоотношении адресата и автора. Н.Н. Трошина полагает, что «если рассматривать информацию сообщения с позиции адресата, то на первый план можно выдвинуть...определение качества информации по шкале познавательной ценности»²⁰. Прежде всего, для различных адресатов одно и то же сообщение может нести различную информацию, и качество этой информации будет зависеть от фоновых знаний адресата, от его подготовленности к восприятию сообщения, связанной с конкретной коммуникативной ситуацией, от индивидуальных особенностей (социальных, психологических и др.), т.е. от тезауруса адресата. Заметим, что

¹¹ Кожин А.Н., Крылова О.А., Одинцов В.В. Функциональные типы русской речи. М., 1982. С. 51-52.

¹² Там же. С. 53.

¹³ Там же. С. 57.

¹⁴ Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977. С. 53.

¹⁵ Кузнецов В.Г. Функциональные стили современного французского языка. М., 1991. С. 14.

¹⁶ Там же. С. 43-46.

¹⁷ Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977. С. 56.

¹⁸ Винокур Т.Г. Употребление языка как основной предмет стилистики // Стилистика русского языка. Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста. М., 1987. С. 9.

¹⁹ Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М., 1993. С. 70.

²⁰ Трошина Н.Н. Стилистические параметры текстов массовой коммуникации и реализация коммуникативной стратегии субъекта речевого воздействия // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М., 1990. С. 72.

исследователи большое внимание уделяют изучению текста в аспекте участников коммуникативной ситуации объектно-субъектным отношениям. Эти два компонента имеют достаточно различий и потому при анализе текста важно указывать, с каких позиций текст изучается. Е.В. Падучева, Е.Ф. Тарасова, Н.Н. Трошина и другие исследователи рассматривают коммуникативную ситуацию прежде всего как ситуативные отношения между участниками коммуникативного процесса — автором и адресатом, и вполне очевидно, что «успех коммуникативного воздействия — воздействия, начинающегося с достижения согласия между коммуникатором и его аудиторией, — зависит... от психических потребностей, испытываемых людьми»²¹. Складывается своеобразная система таких потребностей, в которой не последнее место занимает потребность речевого воздействия как ситуации социального воздействия говорящего на собеседника в процессе общения.

Р.О. Якобсон справедливо замечает, что «...для всего человечества первичным средством коммуникации является язык, и такая иерархия коммуникативных средств необходимо отражается на всех остальных, вторичных типах сообщений, передаваемых человеком»²². Таким образом, коммуникативная ситуация рассматривается, во-первых, как взаимоотношения автора и адресата, во-вторых, как система психических потребностей автора и адресата и, в-третьих, как иерархия коммуникативных средств, во многом определяющая тип возможного сообщения, передаваемого человеком. Достаточно интересной в связи с этим представляется выдвинутая Н.Л. Мышкиной идея прагма модуля, которая во многом могла бы разрешить проблему коммуникативной ситуации: «Наиболее значимыми для организации и функционирования текста лингвисты признают участников коммуникативного акта. К значимым следует причислить и законы развития текста в прагматическом измерении»²³.

Текст как продукт коммуникативной ситуации, во-первых, является средством общения между участниками коммуникативной ситуации, а во-вторых, строится по определенным законам — языковым, логическим, прагматическим. Т.Г. Винокур полагает, что «...отдельно взятый текст — это, главным образом, театр одного актера — говорящего; и его роль поддается анализу... если вторую роль берет на себя иссле-

дователь, выступая как адресат и как наблюдатель»²⁴. Поэтому газетный текст изучается нами с позиции адресата, но и в этом случае коммуникативная ситуация имеет место быть, т.к. текст — это прежде всего продукт мыслительной деятельности и последующей ее языковой фиксации; эти процедуры производятся автором, а процедуры восприятия, понимания и реакции на информацию, содержащуюся в тексте, последовательно реализуются в сознании адресата. Газетный текст с продуцированной в нем аномалией (в частности алогизмом), являясь связующим звеном между автором и адресатом, может стать помехой для их общения, нарушая тем самым весь коммуникативный процесс. Конечно же, нельзя изначально предусмотреть все возможные нарушения в текстах средств массовой информации; в этом случае ответственность за эффективную реакцию на сообщение должна быть разделена в равной мере и адресатом. Об этом говорит Р. Хилпинен, утверждая, что поведение говорящего (автора) и слушающего (адресата) в коммуникативной ситуации может сложиться таким образом, что ответственность за произнесенное может быть возложена не на говорящего, а на слушающего²⁵.

Действительно, адресат, оказавшись «потребителем» информации, содержащейся в газетном тексте с продуцированным в нем алогизмом, должен (или может) предпринять некоторые шаги, которые позволили бы «расшифровать» (декодировать) аномалию: прежде всего выделить основную (главную) мысль текста, а затем попытаться трансформировать текст адекватно основной авторской мысли. При невозможности выполнить эти процедуры по разным причинам (например, отсутствие элементарной языковой компетенции) текст должен признаваться коммуникативно неудачным и отсылаться автору либо специалисту-филологу для теперь уже компетентной трансформации с целью преодолеть продуцированную аномалию.

Алогизм как явление языкового порядка и как коммуникативная неудача, являясь следствием нарушения законов и правил формальной логики, с последующей фиксацией этих нарушений в языке, вдвойне препятствует полноценному коммуникативному процессу, поскольку не всегда «языковая правка» текста избавляет от аномалии, а в свою очередь попытки диагностировать нарушение в содержании текста без последующего рассмотрения на языковом

²¹ Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М., 1990. С. 14.

²² Якобсон Р.О. Избранные работы. М., 1985. С. 320.

²³ Мышкина Н.Л. Динамико-системное исследование смысла текста. Красноярск, 1991. С. 122.

²⁴ Винокур Т.Г. Употребление языка как основной предмет стилистики // Стилистика русского языка. Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста. М., 1987. С. 19.

²⁵ Хилпинен Р. Семантика императивов и деонтическая логика // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVIII. М., 1986. С. 306.

уровне могут ни к чему не привести. Только лишь совокупный — содержательный и языковой — подход к изучению такой аномалии, как алогизм, позволит найти интенсивные методы обнаружения и преодоления подобной аномалии.

Возникновение и существование алогизма можно проследить на каждом этапе замкнутого коммуникативного круга. На этапе отношения действительности и мышления автора возможно возникновение логической ошибки как результата нарушения хода мысли автора; на этапе отношения мышления автора и языка возможно неверное оформление заведомо ошибочного хода мысли автора определенными языковыми средствами (здесь возможна, однако, и другая ситуация, когда в процессе мышления ошибки не допускались); на третьем этапе (отношение «язык — речь») возможны разнообразные последствия алогизмов в речи (об этом подробнее будет сказано далее), например, речевая избыточность или недостаточность и т.д.; на этапе отношения речи и мышления адресата происходят процессы восприятия и понимания посылаемого автором сообщения (текста), при том, что это сообщение (текст) аномально и потребует от адресата особых усилий в «расшифровке» алогизма; на замыкающем пятом этапе (отношение «мышление адресата — действительность») адресат должен соотнести полученную через сообщение (текст) информацию с действительностью (этот процесс может оказаться невозможным или затруднительным, если на четвертом этапе текст с аномалией не был «расшифрован» или был понят неверно). Условно первые три этапа замкнутого коммуникативного круга составляют скрытые (протекающие только на уровне мышления) процессы кодирования информации (деятельность автора), два других этапа, связанные с деятельностью адресата, могут именоваться этапами декодирования.

При анализе алогизмов в газетном тексте необходимо выявить специфику возникновения в газетном

тексте алогизма как языковой аномалии на доязыковом (газетный текст — фиксация авторской мысли) и собственно языковом (газетный текст как языковая данность) уровнях посредством изучения механизма образования и обнаружения данной аномалии. Такая постановка проблемы требует решения ряда конкретных задач: 1) изучение алогизма (результата соотношения «логическая ошибка как нарушение логики рассуждения» — «алогизм как нарушение логики изложения») как явления на границе языка и логики; 2) выявление возможных последствий логических ошибок (результата нарушений хода мысли автора) в речи и языке; 3) определение языковой структуры алогизма в газетном тексте (результата языковой фиксации хода мысли автора). При этом нужно иметь в виду, что на первом этапе исследуется содержание газетного текста, содержащего логическую аномалию (по итогам этой деятельности выявлены разновидности логических ошибок по типу нарушения того или иного закона или правила формальной логики), далее приводятся возможные последствия логических аномалий в языке и речи (предположение о том, что логические ошибки затрудняют восприятие газетного текста, на данном этапе исследования подтверждается экспериментальным путем. Причины, затрудняющие восприятие текста с аномалией, указывались в ходе эксперимента самими испытуемыми; нами была осуществлена попытка соотнести эти причины с возможными языковыми последствиями аномалий, например, указание испытуемых на то, что они не поняли часть текста, связывалось нами с синтаксической несочетаемостью).

На втором этапе исследования газетный текст, содержащий логическую аномалию, должен быть рассмотрен с языковой стороны — это важно потому, что логическая ошибка как нарушение хода мысли автора последовательно фиксируется в языке через текст как языковое единство; эта фиксация происходит через набор определенных языковых средств.

Список литературы:

1. Будагов Р.А. Литературные языки и языковые стили. М., 1967.
2. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
3. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М., 1993.
4. Винокур Т.Г. Употребление языка как основной предмет стилистики // Стилистика русского языка. Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста. М., 1987.
5. Кожин А.Н., Крылова О.А., Одинцов В.В. Функциональные типы русской речи. М., 1982.
6. Колшанский Г.В. Контекстная семантика. М., 1980.
7. Колшанский Г.В. Проблемы коммуникативной лингвистики // Вопросы языкознания. 1979. № 6.
8. Кондаков Н.И. Логический словарь. М., 1971.
9. Кузнецов В.Г. Функциональные стили современного французского языка. М., 1991.
10. Мышкина Н.Л. Динамико-системное исследование смысла текста. Красноярск, 1991.

11. Одинцов В.В. Стилистика текста. М., 1980.
12. Орлов В.Т. Структурно-смысловые типы газетных текстов // Русский язык в школе. 1990. № 2.
13. Сорокин Ю.С. К вопросу об основных понятиях стилистики // Вопросы языкознания. 1954. № 2.
14. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М., 1990.
15. Трошина Н.Н. Стилистические параметры текстов массовой коммуникации и реализация коммуникативной стратегии субъекта речевого воздействия // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М., 1990.
16. Хилпинен Р. Семантика императивов и деонтическая логика // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVIII. М., 1986.
17. Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977.
18. Якобсон Р.О. Избранные работы. М., 1985.

References (transliteration):

1. Budagov R.A. Literaturnye yazyki i yazykovye stili. M., 1967.
2. Van Deyk T.A. Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya. M., 1989.
3. Vinokur T.G. Govoryashchiy i slushayushchiy. Varianty rechevogo povedeniya. M., 1993.
4. Vinokur T.G. Upotrebleniye yazyka kak osnovnoy predmet stilistiki // Stilistika russkogo yazyka. Zhanrovo-kommunikativnyy aspekt stilistiki teksta. M., 1987.
5. Kozhin A.N., Krylova O.A., Odintsov V.V. Funktsional'nye tipy russkoy rechi. M., 1982.
6. Kolshanskiy G.V. Kontekstnaya semantika. M., 1980.
7. Kolshanskiy G.V. Problemy kommunikativnoy lingvistiki // Voprosy yazykoznaneya. 1979. № 6.
8. Kondakov N.I. Logicheskiy slovar'. M., 1971.
9. Kuznetsov V.G. Funktsional'nye stili sovremennogo frantsuzskogo yazyka. M., 1991.
10. Myshkina N.L. Dinamiko-sistemnoe issledovanie smysla teksta. Krasnoyarsk, 1991.
11. Odintsov V.V. Stilistika teksta. M., 1980.
12. Orlov V.T. Strukturno-smyslovye tipy gazetnykh tekstov // Russkiy yazyk v shkole. 1990. № 2.
13. Sorokin Yu.S. K voprosu ob osnovnykh ponyatiyakh stilistiki // Voprosy yazykoznaneya. 1954. № 2.
14. Tarasov E.F. Rechevoe vozdeystvie kak problema rechevogo obshcheniya // Rechevoe vozdeystvie v sfere massovoy kommunikatsii. M., 1990.
15. Troshina N.N. Stilisticheskie parametry tekstov massovoy kommunikatsii i realizatsiya kommunikativnoy strategii sub'ekta rechevogo vozdeystviya // Rechevoe vozdeystvie v sfere massovoy kommunikatsii. M., 1990.
16. Khilpinen R. Semantika imperativov i deonticheskaya logika // Novoe v zarubezhnoy lingvistike. Vyp. XVIII. M., 1986.
17. Shmelev D.N. Russkiy yazyk v ego funktsional'nykh raznovidnostyakh. M., 1977.
18. Yakobson R.O. Izbrannye raboty. M., 1985.