

СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ

(на материале русского и чешского языков)

И. Ю. Свинцова (Hradec Králové)

Заговори, чтобы я тебя увидел.
(Сократ)

Разговорная речь – единственный, пожалуй, функциональный стиль языка, которым пользуется каждый человек. Даже тот, кто за всю жизнь не прочитал целиком ни одной книги, мнит себя знатоком или даже экспертом разговорного стиля. А ведь стиль этот имеет свои законы, правила, секреты, овладеть которыми просто необходимо тому, кто хочет стать интересным собеседником. Умение вести разговор – это тоже искусство.

Разговорная речь, как, впрочем, и высказывание в каждом функциональном языковом стиле, может быть яркой, образной. Автор ее должен владеть навыками ораторского искусства, чтобы его было интересно слушать. Увлечательность, притягательность – вот идеал, к которому необходимо стремиться на любом уровне и в любой области коммуникации.

Живая речь обладает богатым набором языковых и экстралингвистических средств. Перечислим условия реализации разговорной речи: персональная адресованность, неподготовленность речевого акта из-за дефицита времени, непринужденность, непосредственность, неофициальность общения, опора на ситуацию. Соблюдение этих условий открывает большие перспективы для того, чтобы сделать акт коммуникации удачным. Возможность видеть друг друга во время общения позволяет максимально использовать такие невербальные средства, как жесты, мимику.

Фонетические особенности разговорной речи допускают ритмизацию. Чередование ударных и безударных фрагментов здесь опирается на физиологически обусловленный ритм дыхания. Только в разговорной речи безударными могут стать полнозначные и вводные слова. Официальная речь гораздо менее ритмизованна. Ритмизация же разговорной

речи произвольна, она зависит от желания автора. Практически любое слово синтагмы в устной речи может стать логически ударным. Рема выделяется интонационно. Функция порядка слов имеет психологический характер, слова располагаются по ходу формирования мысли. Отсюда разорванные фразы, «проглатывание» окончаний, следовательно, смещение главных для коммуникации фрагментов в начало высказывания.

Разговорная речь спонтанна, повторимся, она лишена времени на осмысление фразы. Часто, думая и говоря одновременно, человек непроизвольно заполняет возникающие паузы, например, словами-паразитами: мм, ну, это, вот, значит и др. В разговорной речи нет сложных предложений, а происходит своеобразное нанизывание простых фраз. Из-за этого порой не обойтись без «корявости» и «шероховатости». Но слишком гладкая, книжная речь при разговоре столь же неуместна, как жаргон или просторечье в официальном литературном высказывании.

Разговорная речь может «позволить себе» то, что в других стилях недопустимо. Она довольно свободна в выборе фонетических, лексических, словообразовательных, синтаксических средств при решении вопроса об удачной коммуникации. В разговорной речи, если это коммуникативно целесообразно, допустимо многое. Даже грамматически непрактичные конструкции могут иметь место, если говорящий использует их осознанно, делает это намеренно. Ради достижения большей образности возможны, например, следующие фразы: *«Вы хотите песен, их есть у меня!»*, *«Вас тут не стояло»*.

Хотелось бы обратить внимание на культуру разговорной речи. Она, на наш взгляд, опирается на те же постулаты, которые характерны для устной формы современного русского литературного языка. Иной, безусловно, стиль, но в основе удачной, красивой коммуникации лежит:

- знание языковых норм;
- приличный лексический запас;
- образность в выражении мыслей;
- общая эрудированность собеседников.

Важны: чувство языка, чувство меры, вкус, этика, эстетика. Особую роль играет артистизм, креатизм авторов коммуникации при построении высказывания, наполнении его, при реализации самого акта общения.

Функциональные стили – это открытые структуры. Разговорная речь – тот пласт живого языка, который в силу своей общеупотребительности, краткости, образности, меткости определений часто распространяется на общелитературный язык.

Для создания образа, яркой «картинки» такая речь активно использует средства различных языковых уровней: фонетические приемы (см.

ранее), специфические словообразовательные средства (*-яга – симпатия, деляга; -аст- глазастый, ушастый*), афоризмы, «крылатые» выражения, фразеологизмы (некоторые лингвисты используют для обозначения таких средств термин «афористика»), особые синтаксические конструкции.

Нам хотелось бы остановиться на вопросе использования в современной разговорной речи афористических средств. Разговор пойдет не о «классических» фразеологизмах, пословицах, поговорках, возраст которых насчитывает десятки и сотни лет, а о пополнении разговорной речи новыми, «свежими» оборотами, фразами, которые возникли несколько лет, месяцев или даже дней тому назад. Источник таких ярких, образных выражений обладает очень важными качествами: распространенностью, доступностью, наглядностью. Это телевизионный экран. Афоризмы, о которых пойдет речь, соответственно, популярны, общеизвестны, а потому просто «обречены на успех» при коммуникации. Даже если партнер по общению – незнакомый человек. Важным и необходимым условием в этом случае является лишь факт знания реалий и общий языковой опыт. Нельзя рассчитывать на удачную коммуникацию, если собеседник не знает данных образов. Для него это будет набор непонятных слов. Он не поймет ваше красноречие, не оценит тонкий юмор или метафору. Вам понадобится комментарий – экскурс в историю возникновения высказывания. Или же вы должны будете выразиться более просто. В любом случае ожидаемый от сказанного эффект будет потерян.

Образными в разговорной речи могут быть сравнения, приветствия, слова прощания, пожелания, лозунги, поговорки, переделки пословиц, крылатых изречений. Откуда берутся яркие, меткие фразы, которые в силу своей образности легки для запоминания, а потому так часты. Все они обладают одним качеством – популярностью. Приведем неполный, конечно же, перечень источников происхождения таких высказываний:

- популярные песни;
- кинофильмы;
- популярные телепередачи;
- жаргонные обороты порой неизвестного происхождения;
- реклама;
- авторские изречения, как правило, известных людей (политиков, актеров, сатириков);
- популярные ошибки из школьных сочинений;
- литературные произведения (современных авторов и писателей – классиков);

- анекдоты;
- так называемая «народная мудрость» (без конкретного автора высказывания).

Попробуем разделить на группы подобные изречения, описать кратко ситуации их употребления.

I Различные сентенции, мудрые мысли, «философия жизни»

Источники могут быть разные, но чаще всего это кинофильмы, авторские изречения или «народная мудрость»:

- ◆ *Дети – цветы жизни, но пусть они цветут на чужих подоконниках.*
- ◆ *Жить хорошо! А хорошо жить еще лучше.* (О хорошей жизни, когда много денег)
- ◆ *Бизнес по-русски: украли ящик водки, продали, а деньги пропили.*
- ◆ *Спасибо на хлеб не намажешь.*

II Фразы – «переделки»

- ◆ *Не имей сто рублей, а имей тысячи.*
- ◆ *Много будешь знать – плохо будешь спать.*
- ◆ *С кем поведешься, с тем и наберешься.*

III «Иностранные»

- ◆ *Айн момент, цвай километр.*
- ◆ *Аллес нормалес.*
- ◆ *Балтимор Кэмэл.*
- ◆ *Без кайфа нет лайфа.*
- ◆ *Дую пиво эвридэй.*

IV Шуточные расшифровки

- ◆ *Бюро ОБС – одна баба сказала.*
- ◆ *Агентство СРС – сарафанное радио сказало.*
- ◆ *БСК – бред сивой кобылы.*
- ◆ *ППП – пятилетка пышных похорон.*

V Дразнилки

- ◆ *А потом суп с котом.*
- ◆ *Андрей – воробей.*
- ◆ *Маша – растеряша.*

VI Двусмысленные, обманные реплики

- ◆ – *Кто? – Конь в пальто.*
- ◆ – *Маша! – Что? – Проверка слуха!*
- ◆ *Я люблю те... атральные конфеты.*

VII Фразы из рекламы

- ◆ *Съел – и порядок.*
- ◆ *Имидж – ничто, жажда – все. Спрайт! Не дай себе засохнуть.*
- ◆ *Не тормози, сникерсни!*

VIII Ошибки из сочинений

- ◆ *Анна Каренина бросилась под поезд, и он долго влачил ее жалкое существование.*
- ◆ *Анна Каренина ехала в карете с поднятым задом.*

IX Характеристика человека по каким-то признакам

- ◆ *Богатенький Буратино;*
- ◆ *Взрыв на макаронной фабрике (о странной прическе, взлохмаченной голове);*
- ◆ *Ну и рожка у тебя, Шариков!* (о человеке, который плохо выглядит, особенно после пьянки);
- ◆ *Я не доллар, чтобы всем нравиться.*

X Лозунги, пожелания, тосты, советы, реакция на реплику

- ◆ *Чтоб ты жил на одну зарплату!* (бедно);
- ◆ *Есть такая буква!* (о чем-то правильно угаданном);
- ◆ *За успех нашего безнадежного дела!*
- ◆ *Сдадим наши посредственные знания на «хорошо» и «отлично»!*
- ◆ – *Кто там? – Это я. – «Я» бывают разные.*
- ◆ *Кушать подано! Садитесь жрать, пожалуйста!*
- ◆ *Не чеши, само пройдет!* (из анекдота: совет командира Чапаева адъютанту Петьке, сообщившему о том, что образовался Бангладеш).

XI Описание, характеристика ситуации

- ◆ *В антисанитарных условиях* (о непригодной для чего-то обстановке);
- ◆ *Влип, очкарик!* (о человеке, оказавшемся в трудной ситуации);

- ◆ – *У вас несчастные случаи на стройке были? – Нет. – Будут!* (угроза).

2. Большое количество афоризмов вообще трудно отнести к какой-либо группе. Чаще всего это просто размышления или фразы, цель которых – шутка, создание юмористической ситуации:

- ◆ *А в тюрьме сейчас ужин: макароны дают.* (о месте, где в данный момент лучше);
- ◆ *А компот?* (в случае, когда что-то недодали);
- ◆ *А мы тут плюшками балуемся.* (как ответ на вопрос «Что делаете?»);
- ◆ *Без шума и пыли* (аккуратно, никто не заметит как);
- ◆ *А глаза начитанные – начитанные* (из анекдота о пьяных, которые ради конспирации стали называть алкоголь прочитанными книгами, о ком-то, кто выпил много).

Вариативность таких выражений зависит от открытости границ, способности к речевому творчеству конкретных пользователей языка. Источниками-рекордсменами таких афоризмов являются русские кинофильмы, которые буквально «растасили» на фразы: «Операция «ы» и другие приключения Шурика», «Кавказская пленница», «Двенадцать стульев», «Джентльмены удачи», «Ирония судьбы», «Покровские ворота».

Подобное явление проникновения в разговорную речь афоризмов с телеэкрана было замечено автором и в чешском языке. Опираясь на данные опроса носителей языка, можно привести следующие примеры:

- ◆ *Neživiš, tak nepřijínej!* (из фильма «Knoflíkáři»; ответ на нежелательное действие – ты не главный здесь, не тебе принимать решение);
- ◆ *Hujer se hlásí.* (из фильма «Marečku, podejte mi pero»; характеристика подхалима, о ком-то слишком услужливом);
- ◆ *Jsem malej, ale šikovnej.* (из фильма «Princezna ze mlejna»; похвала самому себе в ситуации с неожиданно хорошим результатом);
- ◆ *Hledej, Šmudlo!* (из фильма «Rozpuštěný a vypuštěný»; в ситуации, когда не остается ничего, кроме как искать);
- ◆ *Ó, jak jsem rozvrkočená!* (из фильма «Adéla ještě nevečeřela»; о странной прическе или о непричесанной голове, когда сам говорящий об этом знает);

- ◆ *A jsme v pérdeli, pane hrábě!* (из фильма «Tajemný hrad v Karpatech»; комментарий безысходной ситуации);
- ◆ *Kdyby blbost nadnášela, tak byste tu lítal(a) jako holubička!* (из фильма «Nemocnice na kraji města»; оценка чьего-то неправильного или нелогичного поступка, поведения);
- ◆ *(Co je štěstí?) Muška jenom zlatá!* (из фильма «Škola – základ života»; о чем-то трудно достижимом, быстро проходящем);
- ◆ *To je on, mého srdce šampion.* (из фильма «Limonádový Joe»; о мужчине, который очень нравится, является идеалом);
- ◆ *Pane doktore, vy jste se zase kochal!* (из фильма «Vesničko má středisková»; о рассеянном человеке);
- ◆ – *Co děláš? – Silanizuju.* (из рекламы чистящего средства, образован несуществующий глагол; обозначает неопределенную, бессмысленную деятельность);
- ◆ *Slunce v duši!* (из телевизионного прогноза погоды; пожелание всего хорошего, призыв быть оптимистом несмотря на обстоятельства);
- ◆ *Nech mňa, nic nebude!* (из фильма «Dědictví»; в ситуации, когда просят оставить в покое, отказ на очередную просьбу);
- ◆ *Popojedem!* (из фильма «Ally McBeal»; попытка выхода из неловкой ситуации предложением сменить тему);
- ◆ *Láska je láska.* (из популярной песни; любовь есть любовь, несмотря на порой необычные формы ее проявления, привязанность к чему-то без объяснения причины);
- ◆ *Zavři oči, brouku!* (из фильма «Čtyři vraždy stačí, drahoušku»; призыв расслабиться в ожидании «сюрприза»);
- ◆ *Nežereš maso – nerozumíš vtipu.* (из фильма «Knoflíkáři»; бессмысленное объяснение причины);
- ◆ *Mudla* (из фильма «Harry Potter a kámen mudrců»; о человеке не нашего круга);
- ◆ *Pij, nebo ťa vyměním!* (из фильма «Dědictví»; приказание выполнить предложенное действие с шутливой угрозой в случае отказа);
- ◆ *Čím víc pruhů, tím víc Adidas.* (современный фольклор; о чем-то сомнительного качества);
- ◆ *To neřeš!* (из фильма «Knoflíkáři»; в случае отказа говорить на какую-то тему).

Как в русском, так и в чешском языке источники происхождения образных высказываний одинаковы – это в основном комедии 70–90-х годов. Встречаются фразы из телепрограмм (например, «Есть такая буква!» – канал OPT, «Поле чудес»). Есть, конечно, и совсем новые (например, «*Mudla*» из фильма «Harry Potter a kámen mudrců», 2001 год). Нетрудно догадаться, что именно кино- или телеэкран катализируют процесс популяризации меткого, образного речевого оборота, активизируют его проникновение в разговорную речь.

Хотелось бы отметить, что процесс этот непрерывный. Его в определенной мере можно даже прогнозировать. Чем образнее фраза, необычнее или, наоборот, обыденнее ситуация ее употребления, чем колоритнее персонаж, произнесший такую фразу, тем больше шансов услышать ее в разговорной речи вашего знакомого, друга, коллеги, просто любого собеседника.

Стремление участника коммуникации использовать в речи яркие афоризмы свидетельствует о его актерском таланте, об умении импровизировать, о желании быть замеченным, быть оригинальным.

Для чего в разговорной речи возникает потребность в таких средствах? Дело в том, что разговорная речь близка устной публичной речи. Она производится в тех же условиях цейтнота, реализует особенности спонтанного, линейно ограниченного во времени потока. Конечно, устная публичная речь отличается от разговорной тем, что:

- публичная речь выходит за пределы речевой ситуации, поэтому должна быть более точной;
- она должна обладать четкой композицией;
- необходимо ясное, выразительное произношение.

Но цель у обоих видов устной речи (публичной и разговорной) одна – удачная коммуникация. Успех такой коммуникации и обеспечивают образные языковые средства. При соблюдении этических законов, обладая чувством меры, эстетическим чутьем и вкусом, культурой речи, основами риторики можно сделать ярким и запоминающимся не только публичное устное выступление, но и личное высказывание, интимный диалог или обычный разговор.

Литература:

БЕЛЯНИН В. П., БУТЕНКО И. А.: Живая речь. Словарь., М., 1994.

ВВЕДЕНСКАЯ Л. А., ПАВЛОВА Л. Г., КАШАЕВА Е. Ю.: Русский язык и культура речи., Ростов на Дону, 2001.

ЛУРИЯ А. Р.: Язык и сознание., М., 1979.

СИРОТИНИНА О. Б.: Русская разговорная речь., М., 1983.

УСПЕНСКИЙ Л. В.: Культура речи., М., 1976.

Фразеологический словарь русского языка под редакцией Молоткова А. И., М., 1997.