



КАТЕГОРИЯ ГРАДУАЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ.

Закиров Махаммад Носирович

*Преподаватель кафедры русского языка и литературы Наманганского
государственного университета.*

Ташпулатова Муяссар Одилжановна

*Преподаватель кафедры русского языка и литературы Наманганского
государственного университета.*

Сегодня наука доказала, что градуирование принадлежит константам человеческого сознания: здесь нельзя не согласиться с ученым Сепиром, который утверждает, что «градуирование как психологический процесс предшествует измерению и счету». Именно этим его свойством объясняется, по-видимому, широкая известность основанной на нем синтаксической фигуры градации.

Градация – расположение элементов высказывания (текста) в порядке их возрастающей или убывающей семантической и/или эмоциональной значимости.

Говоря о синтаксической градации, важно выделить и **градационные союзы**. Главным образом сопоставительные союзы при однородных членах: оба компонента этих союзов находятся в разных частях предложения, причем вторая часть имеет большую смысловую нагрузку по сравнению с первой. *Не только .. но и, не столько .. сколько, не так... как, не то что ..но (а), не то чтобы .. но (а), если не .. то* и др. Некоторые исследователи присоединяют к ним сложные союзы *да и, а то и, а не то и* и др..



Существует множество определений градации. Все они включают указание на то, что признак, выражаемый градацией, интенсифицируется или, наоборот, ослабляется от начала к концу градационного ряда. «Градация в широком смысле – всякая цепь членов с постепенным нарастанием значимости и убыванием».

«Последовательность синтаксически эквивалентных членов (по меньшей мере трех), обладающих одной или несколькими общими семами, одна из которых повторяется с количественными изменениями».

Современная лингвистика отдает явное предпочтение исследованию языка речи в функциональном (коммуникативном) аспекте. Это можно объяснить прежде всего тем, что язык является важнейшим средством общения в обществе. Общение, напротив, возможно только в результате использования языка, то есть применение теоретических знаний на практике. В связи с коммуникативным походом к явлениям и фактам языка и речи на данный момент все больше внимания ученых привлекают различные стилистические (то есть изобразительно-выразительные) средства. Многие стилистические тропы и фигуры представлены в школьных и вузовских учебниках. Следовательно, возникает вопрос о степени изученности данной стилистической фигуры. Например, такие тропы и фигуры, как эпитет, метафора, метонимия, повторы, антитеза и др., изучены достаточно обстоятельно. Но в современном русском языке имеются и такие выразительные средства, которые требуют дополнительных исследований, так как относятся к числу наименее изученных. На периферии исследования долгое время была и градация как синтаксический прием и выразительное средство языка. Хотя определенные результаты относительно исследования фигуры градации есть в современном языкознании. В частности, выяснено роль:



- симметрии / асимметрии в построении стилистических фигур (Э.М. Береговская),
- экономии / избыточности,
- контаминации,
- расчлененности / нерасчлененности.

Тем не менее, нельзя не отметить, что категория градуальности (градационности) как универсальная языковая категория давно находится в центре внимания как отечественных, так и зарубежных лингвистов. Категорию градуальности исследователи трактуют и как логико-семантическую, и как лексико-грамматическую, и как лексико-семантическую.

При этом, можно констатировать, что исследователи градуальности либо вовсе не затрагивают стилистическую сторону вопроса, либо касаются ее в очень малой степени, либо рассматривают на материале других языков, в первую очередь английского и французского.

В работах, посвященных синонимии, можно встретить определения градации как особого синонимического ряда.

Таким образом, описания стилистического приема градации носят, в основном, фрагментарный и несистемный характер.

В практической части с помощью примеров нами будут доказаны следующие теоретические положения:

1. Градация как стилистический прием базируется на принципах перечислительного ряда (синтаксический принцип).

2. Градация – стилистический прием, состоящий из ряда словесных компонентов (выраженных словоформами, словосочетаниями, частями предложений и целыми предложениями), расположенных в порядке их возрастающей (восходящая градация, климакс) или (реже) убывающей (нисходящая градация, антиклимакс) семантической и/или эмоциональной



значимости, которая порождает стилистический эффект. На лексическом уровне языка градация приобретает форму стилистической фигуры. Градация может быть принципом построения целого текста, то есть являться текстовой фигурой.

3. Градация делится на два типа: рационально-логический и эмоционально-экспрессивный. В построении градаций различного типа принимают участие языковые единицы разных уровней (фонетического, лексического, словообразовательного, морфологического). Чаще всего – лексического.

5. Градация в текстах различной стилевой и жанровой принадлежности способна выполнять различные стилистические функции. При этом общей стилистической функцией является функция выразительности. К частным стилистическим функциям можно отнести характерологическую, эмоционально-усилительную, изобразительную, ритмообразующую, текстообразующую, оценочную, выделительно-логическую с ее разновидностями (функция уточнения и функция актуализации информации).

6. Градация свойственна, в первую очередь, экспрессивным функциональным стилям современного русского языка (литературно-художественному и публицистическому), а также ораторской речи.

Вся сложность выявления градации заключается в том, что градация – логическая переменная языка. Мы знаем, что язык неразрывно связан с мыслительными процессами, а, следовательно, любое явление языка, так или иначе, соотносится с логическими категориями и понятиями. При этом необходимо лишний раз отметить, что логические категории не тождественны категориям языковым. Соотнесенность логического и языкового не подлежит сомнению, «хотя далеко не все, что есть в логике, должно быть и в языке, и тем более языковые явления далеко выходят за



пределы логики». Естественный язык, во-первых, содержит в себе много синонимов, во-вторых, для него характерны различные архаизмы, в-третьих, в естественном языке часто используются образные выражения, гиперболизации, метафоры, и, наконец, в-четвертых, естественный язык представляет собой развивающуюся (семантически открытую) систему, в которой постоянно приобретаются новые и новые смыслы».

Таким образом, понятия естественного языка и искусственного языка не совпадают, однако имеют области пересечения. Градация является ярким тому подтверждением.

Собственно лингвистическое основание градационных построений не просто тесно переплетается с логическим, а не может без него существовать. Так, исследователь А.Д. Кирьян утверждает, что «всякая языковая градация имеет в своей основе логическую градацию», отражая шкалирование или градуирование как фундаментальные свойства человеческого мышления. «В языковых формах как синтактико-семантических построениях интегрированы логические формы, языковые формы нельзя отделить от логических форм, языковые формы не существуют вне логических форм. В сущности, язык — это интегрированный «сплав» языковых и логических форм». Данное высказывание достаточно четко выражает сущность градации, которая действительно представляет собой «сплав» логического и языкового.

Стилистические приемы играют большую роль в воздействии публицистических текстов СМИ на аудиторию.

Благодаря особым языковым функциям публицистическая речь имеет две цели:

1. Точная передача актуальной на данный момент информации слушателям и читателям.



2. Побуждение слушателей или читателей на эмоциональном уровне к определённому виду действиям.

В системе СМИ газета отличается своеобразием условий языкового творчества. Газета создается в самые короткие сроки, которые часто не дают возможности довести обработку языкового материала до идеала.

В наши дни не существует более стилистических границ между газетной речью, просторечием, жаргонами и диалектами, однако при этом роли второстепенных форм национального языка меняются: диалекты, по-видимому, безвозвратно утрачивают свое влияние на язык СМИ, а жаргоны и просторечие, наоборот, приобретают сильную власть над газетной речью.

На стилевые особенности языка газеты влияют следующие факторы:

- многообразие газетных жанров;
- публикации на страницах газеты материалов других сфер коммуникации (проекты законов, приказы, объявления, реклама и т. д.);
- наличие внештатных корреспондентов.

В XXI веке газетная речь сочетается с рекламными и ораторскими текстами. Это говорит о том, что стилистическая идентичность газетной речи оказывается под угрозой исчезновения. На данный момент можно сделать выводы и сказать, что газетная речь растягивается между деловой и разговорной речью.

Установлено, что основной задачей заголовка является привлечение внимания читателя и установление с ним психологического и эмоционального контакта, и лишь во вторую очередь заголовки реализуют информационно-разъяснительную функцию — сообщение читателю



краткого содержания статьи, следующей за заголовком. Эти задачи в газете реализуются при помощи разнообразных языковых средств и приемов.

Проведем анализ использования различных стилистических приемов в печатных СМИ (газетах). В рамках исследования были рассмотрены тексты заголовков газеты «Наше слово».

Так, в заголовках эпитет интенсивно придает определяемому дополнительную оценку. С помощью эпитета автор привлекает внимание читателей к заслугам отдельных людей: «Маленькие чемпионы», «Спасибо за нелегкий труд!», «О нелегкой работе закулисья» или к проблемам всего города «Счастливые псы» (бездомные собаки бросаются на людей) («Наше слово». 2020. № 13).

Важны оценочные эпитеты, они способствуют такому описанию ситуации, в котором выражается благодарность и определяется значимость достижений или отрицательный характер происходящих событий.

Обратить внимание читателя на массовое мероприятие «Лыжня Лукьяновых» помогает оксюморон «Когда горит снег». Стилистический прием антитезы встречается в основном при чтении газетных заголовков.

Также не менее значимой в условиях газетного текста является синекдоха: «Каржавина скоро не узнать» («Наше слово» 2020. № 10). Автор заостряет внимание на плохом состоянии улицы Каржавина, которую не ремонтировали несколько лет, в какой-то мере даже иронизирует, ведь на этой улице расположена школа, детский сад, а улица постоянно затоплена лужами весной и осенью так, что по тротуару ходить невозможно, и на дороге машины «плавают». Но с помощью синекдохи создаются и заголовки, отличающиеся особой торжественностью: «Архивы принимают



поздравления» («Наше слово» 2020. № 10). Так, используя в заголовках синекдоху, автор обозначает положительные события, происходящие в архиве.

Стилистический прием аллюзии достаточно распространен в заголовках: «А компот?! Какие продукты исключили из школьного питания» («Наше слово». 2021. № 14.), «О героях былых времен...», «Как тебе такое, Юрий Норштейн!» («Наше слово». 2020. № 10).

Аллюзия содержит авторский намек, сравнение. Характеристики упоминаемого факта или лица приписываются другому событию или человеку. Этот прием вызывает у читателя положительные эмоции, ведь факт, с которым соотносят событие в заголовке, общепризнан и читателем легко узнаваем. Положительную оценку события у читателя может вызвать и фразеологизм, например, «дело спорится»: «В дружном коллективе дело спорится». Читатель узнает о трудолюбивом коллективе, далее — о его истории, о специфике работы («Наше слово». 2021. № 11.)

Когда журналист наделяет описываемое событие или предмет чертами, присущими живому человеку, он применяет персонификацию или олицетворение. Например, олицетворение «возвращается», примененное к зданию бассейна («Серебряный Меридиан возвращается к жизни» («Наше слово». 2021. № 14.), опять же заостряет внимание читателя на положительных переменах в жизни города. Или олицетворение «порадовал», употребленное со словом «концерт», само несет в себе яркую положительную окраску: «Концерт порадовал» («Наше слово». 2021. № 11).

Распространена и гипербола, поскольку прием неправдоподобного преувеличения выделяется в качестве доминантного способа передачи особо важной информации в газетной публицистике «Лучшие среди лучших»



(«Наше слово» № 14. 2021 г., «Под ливнем пуль» («Наше слово». № 8. 2021 г.)

Популярными в печатных СМИ являются восклицания, риторические вопросы, обращения, заставляющие читателя невольно задаться тем же вопросом и узнать на него ответ, проявить интерес к произошедшему или грядущему событию, подумать и сделать выводы. А одной из целей журналистики как раз и является оказание влияния на общественное мнение. Можно встретить вопросы: «Что спросили у главы?», «Кто разгадает тайну знамени бокситстроя?» («Наше слово». 2021. № 13), восклицания «На работу, как на праздник!» («Наше слово». 2021. № 14), «Поймал, взвесил, отпустил!» («Наше слово». 2021. № 13), обращения «Прощай, зима, приходи, весна!» («Наше слово». 2021. № 11).

Так, самая обширная группа лексических средств создания образности в газетных средствах информации — литературные тропы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.

1. Ташпулатова, Муяссар Одилжановна. "КОМПЬЮТЕРНЫЙ СЛЕНГ И СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК." *Scientific Impulse* 1.9 (2023): 357-360.

2. Ташпулатова, М. О. (2023). КОМПЬЮТЕРНЫЙ СЛЕНГ И СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК. *Scientific Impulse*, 1(9), 357-360.

3. Ташпулатова, Муяссар Одилжановна. "ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА КЛАСТЕР НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА В ШКОЛЕ." *PEDAGOG* 6.2 (2023): 146-149.



4. Ташпулатова, Муяссар Одилжановна. "ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ЛИНГВИСТИКИ." *Научный Фокус* 1.1 (2023): 630-632.

5. Ташпулатова, Муяссар Одилжановна. "Особенности изучения интернет жаргона в системе русского языка." *Science and Education* 3.5 (2022): 2102-2107.

6. Ташпулатова, Муяссар Одилжановна. "КОМПЬЮТЕРНЫЙ СЛЕНГ И СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК." *Scientific Impulse* 1.9 (2023): 357-360.