

Научная статья  
УДК 811.161.1  
DOI: 10.20323/2658\_7866\_2023\_1\_15\_35  
EDN HCFJQN

**Купеческое слово: семантика и прагматика речевого жанра**

**Алевтина Николаевна Сперанская**

Кандидат филологических наук, доцент Института иностранных языков  
и литератур, университет Ланьчжоу, КНР, г. Ланьчжоу  
alsperanskaya@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0712-1337>

**Аннотация.** Речевой жанр *купеческое слово* зависит от социального контекста, так как подвергся сильным диахронным изменениям. Сам жанр сложился, по всей видимости, раньше, но языковой материал, который послужил источником для описания жанра, относится преимущественно к XIX веку. Особенность жанра в том, что он создавался и приобретал свою семантику и прагматику внутри профессионального сообщества и поддерживался его конвенциями, благодаря чему у жанра положительной коннотативный фон: надежность, прочность, нерушимость. Описание жанра осуществлялось по нескольким жанрообразующим признакам. Коммуникативная цель жанра – обязательное исполнение налагаемых на себя обязательств. Говорящий имеет твердое намерение выполнить обещание, залогом и гарантом которого является его честь, хотя залог не называется, но подразумевается. Дающий *купеческое слово* (образ автора) – это человек, принадлежащий к купеческому сословию или ведущий торговлю, добровольно взявший на себя полномочия выполнить обещанное. В системе взглядов такого человека обещание является морально-этической ценностью, которая не отменяет личную прагматическую пользу. Основная презумпция со стороны адресата – доверие. *Купеческое слово* проявляется в двух типах дискурсов: коммерческие ситуации либо, если говорящий принадлежит к купеческому сословию, бытовые, житейские ситуации. Таким образом, в речевом интенциональном семантическом поле ‘обещание (принятие на себя обязательства)’ главным для осуществления жанра *купеческое слово* является признак ‘обязательность’. Семантика жанра связана с тем, что говорящий причисляет себя к значи-

мой для него социальной группе, сформировавшей корпоративное понимание чести, нарушение которой связано с репутационными и коммерческими потерями для говорящего. Прагматика жанра заключается в том, что она обеспечивает формирование профессиональных и других социальных связей между участниками коммуникативной ситуации. Прагматика *купеческого слова* подразумевает исполнение установленных конвенций, главной из которых является истинность высказывания и искренняя вера говорящего в исполнение обещанного.

**Ключевые слова:** речевой жанр; купеческое слово; перформатив; коммиссив; обязательства; ответственность; обещание

**Для цитирования:** Сперанская А. Н. Купеческое слово: семантика и прагматика речевого жанра // Мир русскоговорящих стран. 2023. № 1 (15). С. 35-55. [http://dx.doi.org/10.20323/2658\\_7866\\_2023\\_1\\_15\\_35](http://dx.doi.org/10.20323/2658_7866_2023_1_15_35). <https://elibrary.ru/HCFJQN>.

---

## PHILOLOGY

---

Original article

### Merchant's word: semantics and pragmatics of the speech genre

**Alevtina N. Speranskaya**

Candidate of philological sciences, associate professor, Institute of foreign languages and literatures, Lanzhou University, PRC, Lanzhou  
alsperanskaya@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0712-1337>

**Abstract.** The speech genre 'merchant's word' depends on the social context, as it has undergone major diachronic changes. The genre itself seems to have evolved earlier, but the linguistic material that served as a source for describing the genre belongs mainly to the XIX century. The peculiarity of the genre is that it was formed and acquired its semantics and pragmatics within the professional community and was supported by its conventions, thanks to which the genre has a positive connotative background: reliability, firmness, inviolability. The description of the genre was carried out according to several genre-forming characteristics. The communicative purpose of the genre is the obligatory fulfillment of the obligations imposed. The speaker has the firm intention of fulfilling a promise of which his honor is the pledge and guarantor, though the pledge is not named, but is implied. The one who gives the merchant's word (the author's image) is a person who belongs to the merchant class or engages in trade, voluntarily taking on the authority to fulfill what has been promised. In this person's belief system, the promise is a moral and ethical value that does not override one's pragmatic benefit. The main presumption on the part of the addressee is trust. The merchant's word manifests itself in two types of

discourse: commercial situations or, if the speaker belongs to the merchant class, common everyday situations. Thus, in the genre intentional semantic field 'promise (commitment)' the main feature for implementing the merchant's word genre is the feature 'obligation'. The genre semantics is related to the fact that the speaker identifies themselves with a significant social group that has formed a corporate understanding of honor, the violation of which is associated with reputational and commercial losses for the speaker. The pragmatics of the merchant's word implies the fulfillment of established conventions, the main of which is the truth of the utterance and the speaker's sincere faith in the fulfillment of the promise.

**Key words:** speech genre; merchant's word; performative; commissive; obligations; responsibility; promise

**For citation:** Speranskaia A. N. Merchant's word: semantics and pragmatics of the speech genre. *World of Russian-speaking countries*. 2023; 1(15):35-55. (In Russ). [http://dx.doi.org/10.20323/2658\\_7866\\_2023\\_1\\_15\\_35](http://dx.doi.org/10.20323/2658_7866_2023_1_15_35). <https://elibrary.ru/HCFJQN>.

### Введение

Купечество, то есть сословие, занимающиеся торговлей, обособилось в России, по свидетельству БТС [Большой толковый словарь ...] с конца XVI века. Однако «первые упоминания о купцах в древнерусских летописях относятся к X веку. В то время купцами называли горожан, занимающихся торговлей. Элиту их составляли “гости”» [Никишин, 2017, с. 216]. И уже в XI–XII вв., как пишет далее автор, торговые люди – “гости” и “купцы” в крупных городах Руси объединяются в первые купеческие общества. Устав новгородской торговой корпорации Ивановской общины в XII веке объединял крупных оптовых торговцев воском (“вощинников”)» [Никишин, 2017, с. 216]. Почему об этом важно знать филологу, поставившему задачу описать речевой жанр *купеческое*

*слово*? Потому что при изучении любого явления, социального или языкового, а точнее, связанных вместе, обусловленных одно другим, важно учитывать диахронные изменения, происходящие как в социуме, так и в языке.

Языковой материал, который служит нам источником для описания речевого жанра *купеческое слово*, относится преимущественно к XIX веку, золотому веку русской литературы, так как контексты для анализа взяты из художественных произведений. Однако и для русского купечества это был «золотой век», время расцвета, когда после «разработки гильдейской реформы, повысившей роль купечества в торговле, <...> реформы завершились при Александре II снятием всех ограничений на занятие торговой деятельностью» [Бессолицын]. К концу XIX – началу XX века, по

мнению В. М. Никишина, «для русского предпринимателя общезначимыми социальными архетипами, определяющими национальную особенность хозяйствования, были: 1) нестяжательность; 2) религиозная солидарность и сотрудничество; 3) нестрогая прибыльность; 4) державность или государственный патернализм; 5) веротерпимость и открытость другим хозяйственным практикам; 6) благотворительность» [Никишин, 2017, с. 218]. Нет необходимости спорить с выводами исследователя-экономиста, можно лишь отметить, что при описании лингвокультурного типажа «русский купец» В. И. Карасик предлагает несколько другие характеристики русского купечества. Анализируя примеры из произведений русского фольклора и художественной литературы, а также изучая толкование и сочетаемость слов и реакции информантов на соответствующие слова, автор считает, что «признаковый состав рассматриваемого концепта сводится к следующим компонентам: 1) человек, 2) ведущий торговлю, 3) владеющий своим товаром, 4) относящийся к сословию купцов в царской России, 5) верный своим обязательствам, 6) живущий ради выгоды, 7) отличающийся дурным вкусом, 8) безрассудно тратящий деньги, 9) демонстрирующий отсутствие ограничений в расходах» [Карасик, 2009, с. 221].

Противоречивость двух данных описаний требует объяснений, и

они заключаются, во-первых, в том, что авторы используют разный материал для анализа, а во-вторых, как справедливо замечает В. И. Карасик: «купечество объединяло большой класс весьма разнородных индивидуумов» [Карасик, 2009, с. 222], и не только индивидуумов, но различных групп: «Купечество было не однородно. Выделялись: просто купцы, купечество, торговцы, зажиточные купцы и лучшие представители купечества» [Веселова, 2005, с. 79]. Само слово «купец» можно понимать по-разному: «Чухломской купец Юдин, выходец из крестьян, был одним из богатейших купцов России уже в середине прошлого века (*то есть XIX. – примечание мое А. С.*). Слово «купец» тогда обозначало не торговцев, а предпринимателей, предшественников капиталистов в европейском смысле» [Зиновьев, 1999, с. 25].

Поэтому общий портрет – это всегда нечто условное, при обобщении разнообразие живых характеров огрубляется и схематизируется. Есть и ещё одно объяснение причины, которая мешает составить «объективный портрет» героя, – это художественная реальность. Авторы, запечатлевшие те или иные характерные черты социального типажа, во главу угла ставят *свои* художественные задачи и решают их *своими* художественными методами. Говорить о документальной объективности созданных художественных образов не приходится. Но возмож-

ность говорить о типичности и/или о представленности той или иной характеристики позволяет создавать достоверные описания с опорой на языковой материал.

В своей статье мы ставим задачу описать речевой жанр *купеческое слово* (*слово купца*) как существующий в русской лингвокультуре тип высказываний, отраженный при этом в письменных текстах. Отметим, что данная задача является частью более общего исследования, которое осуществляет автор, по изучению жанра *слова* в русском языке.

Методы исследования

В ходе работы использовались традиционные методы лингвистического исследования и операциональные процедуры. Они включают наблюдение, описание, компонентный и контекстуальный анализ, элементы компонентного анализа и лингвокультурологической интерпретации. Также использовались, хоть и не в полном объеме модель описания речевого жанра (Т. В. Шмелева) и методика описания лингвокультурного типажа (В. И. Карасик).

#### Результаты исследования

Присутствие в русской культуре рече-поведенческой модели *купеческое слово* можно заметить, обратившись как к текстам русской литературы, так и описаниям «быта и нравов». Пожалуй, наиболее отчетливую художественную образность этому перформативу придал

Н. А. Островский в драме «Бесприданница»:

*Кнуров: Вы купец, вы должны понимать, что значит слово.*

*Вожеватов: Вы меня обижаете. Я сам знаю, что такое купеческое слово. Ведь я с вами дело имею, а не с Робинзоном.*

И несколько позже:

*Вожеватов: Не могу, ничего не могу.*

*Лариса: И у тебя тоже цепи?*

*Вожеватов: Кандалы, Лариса Дмитриевна.*

*Лариса: Какие?*

*Вожеватов; Честное купеческое слово.*

В создании положительной коннотации *купеческого слова* в этом произведении важно и его синтагматическая связь с адъективной оценкой «честное», и его сравнение с кандалами, которые выступают как надежный и прочный гарант сказанного, как нерушимые обязательства, которые добровольно наложил на себя говорящий и которые ограничивают его волю и свободу действий. Похожие образные сравнения содержатся в ряде паремийных текстов, например: *Крепка окова, а еще крепче слово* [Сборник народной мудрости ...]. В сборнике «Пословицы русского народа» В.И. Даля в тематической группе «Условие – обман» находим: *Слово – олово* (то есть тяжело, веско. – Прим. В. И. Даля); *Слово лучше (крепче) печати; Слово сказал, так на нем хоть терем клади* [Даль].

Образ *купеческого слова* был использован в рекламном дискурсе: производители одной марки пива выпустили свой товар со слоганом «Добротное. Слово купца!».

Что же касается описаний «быта и нравов», то здесь можно привести такие свидетельства:

«Правила хорошего тона, дуэльный кодекс, правила поведения на балу, танцевальные правила, *купеческое слово*, кодекс ремесленников – у всех сословий и слоев были свои законы, и ты всегда знал, как себя вести» [Семенов, 1998, с. 2];

«Честное слово купеческое. Существовало на Руси такое понятие. Скрепление сделки рукопожатием было крепче письменных договоров, а репутация ценилась дороже не только денег, но и жизни... Честное купеческое слово было столь же значимым, как в буржуазной среде – дворянская честь или благородное происхождение» [Филатова, 2014];

В документе «Семь принципов ведения дел в России», принятом российскими предпринимателями в 1912 году, пятый принцип «Будь верен своему слову» провозглашает нижеследующие: «Деловой человек должен быть верен своему слову. Единожды солгавши кто тебе поверит? Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе» [Скупов, 2021];

«Министр финансов Сергей Витте в одном из официальных документов писал, что в обороте государства находятся 50 миллионов

купеческих денег. И отданы они под честное слово» [Артонкина, 2020].

Даже такой одиозный свидетель, как маркиз де Кюстин, писал в своих путевых заметках (глава 25, посвященная Нижегородской ярмарке): «Главные торговые деятели ярмарки – крепостные крестьяне. Однако закон запрещает предоставлять кредит крепостному в сумме свыше пяти рублей. И вот с ними заключаются сделки на слово на огромные суммы» [Кюстин].

Таким образом, не вызывает сомнений существование в русской культуре такого речевого жанра как *купеческое слово (слово купца)*, описание которого, в соответствии со списком жанрообразующих признаков, сформулированных в работах Т. В. Шмелевой [Шмелева, 1990], будет предложено далее.

1. Первой характеристикой жанра является коммуникативная цель. При этом важно отметить, что «называя цель первым жанрообразующим признаком, следует подчеркнуть принципиальность этого шага. Дело в том, что именно цель лежит в основе типологии РЖ, противопоставляя 4 их типа и сводя к ним всё на первый взгляд необозримое множество жанров» [Шмелева, 1990, с. 24]. *Купеческое слово* относится к перформативной группе жанров, при детализации которой Дж. Л. Остин выделил комиссивы, семантику которых далее уточнил Дж. Серль [Остин, 1986; Серль, 1986]. Комиссивы связыва-

ют говорящего с совершением некоторого будущего действия или поведения, являясь директивами по отношению к самому себе.

Большая группа комиссивных жанров была названа Н. Ш. Галлямовой интенциональным семантико-прагматическим полем «обещание, клятва» с общим интенциональным смыслом «взять на себя обязательство сделать что-либо», в которую вошли обязательство, посул, гарантия, порука, зарок, сговор, договор и пр. [Галлямова, 2010, с. 18]. Н. И. Формановская назвала такие группы коммуникативно-семантическими [Формановская, 1986]. Распределение внутри большой общей группы речевых жанров, их своеобразное взаимодействие, «перетекание» из одного в другой – это отдельный вопрос, связанный с полевой организацией речевого жанра: «В качестве доминанты поля выступает цель коммуникативного действия или его иллокутивная сила. Такая постановка вопроса дает возможность объединить все вероятные в данном языке формы выражения речевых актов с данной иллокутивной силой в поле. Такое поле мы могли бы обозначить как коммуникативно-прагматическое поле» [Кторова, 2013, с. 59] (см. также: [Смолина, 2009]).

Для комиссивных речевых актов такая постановка вопроса наиболее актуальна. Во-первых, лингвопрагматики видят неоднородность данной группы и выделяют разные типы комиссивов. Так, «В. Богданов,

А. А. Козлова, Г. Г. Почепцов, Н. П. Семенюк в своих классификациях речевых актов среди комиссивов – речевых актов принятия обязательства – выделяют и класс комиссивов – речевых актов обещания. Промиссив рассматривается как синоним понятия “речевой акт обещания”» [Колоколова, 2008, с. 87]. Во-вторых, комиссивы связаны особым «направлением приспособления между словами и миром и пропозициональным содержанием, в котором выражаются психологические состояния. Дискурс для этих иллокутивных актов играет значительную роль» [Колоколова, 2008, с. 87]. Какое именно «психологическое состояние» является обязательным при реализации комиссива? Обычно называют две характеристики – ответственность и обязательность: «Основными семантическими критериями отнесения иллокутивного типа к классу комиссивов являются: а) сема направленности действия на будущее время; б) сема говорящего как единственного агента будущего действия; в) сема взятия говорящим на себя обязательства» [Филимонова, 2003, с. 21]; «распределение семантики глагола: в пресуппозиции – способность говорящего выполнить акт и желание слушающего, чтобы говорящий действительно выполнил его, а в утверждении – “обязательство”» [Восканян, 1987, с. 45-47]. В. В. Оглезнев подверг сомнению тезис, что ложные, неискренние обещания, то есть обещания, кото-

рые говорящий не выполнил, можно назвать обещанием. Исследователь считает, что «условие искренности «S намерен совершить A» является необходимым условием совершения речевого акта обещания, а правило искренности «Rt должно произноситься, только если S намерен совершить A». Конституирующее обещание как речевой акт является достаточным условием понимания (распознавания) того, что дается обещание» [Оглезнев, 2014, с. 345].

Представляется очевидным, что ответственность при соблюдении правила искренности – то «психологическое состояние» говорящего, которое распределяет комиссивы *обещание, слово, честное слово, купеческое слово, клятва* по своеобразной шкале, в которой «наивысшую степень ответственности за высказанное обещание выражает глагол *клясться*» [Кторова, 2017, с. 414]). Об этом же пишет Н. Ш. Галлямова: «Интенции же *обещать, давать обещание, давать слово, сулить, заверять* предполагают только морально-этическую ответственность говорящего. Однако нельзя сказать, что последние интенции абсолютно равнозначны с точки зрения данного параметра [степень ответственности]» [Галлямова, 2010, с. 23]. В «Новом объяснительно словаре синонимов русского языка» авторы детально рассматривают семантику глаголов *обещать, давать (честное) слово, сулить, клясться, обязываться* по

критериям: «1. По содержанию и трудности его выполнения; 2. По важности обещанных действий; 3. По обязательности выполнения; 4. По характеристике залога; 5. По возможным следствиям невыполнения обещания; 6. По ожиданиям адресата относительно действий субъекта; 7. По цели или мотивировке речевого акта; по форме осуществления; 9. По наличию возможных свидетелей; 10. По оценке обещания говорящим» [Новый объяснительный словарь ... , 2004, с. 687-688] и отмечают, что разница между комиссивами *давать (честное) слово* и *обещать* в трудности выполнения и в разных возможностях нарушения: «Если не выполняется обещание, то субъект рискует потерять доверие адресата. В случае нарушения слова, он рискует потерять право на самоуважение, репутацию человека чести и т. п.» [Новый объяснительный словарь ... , 2004, с. 688]. Отметим, что *обещание, (честное) слово* и *клятва* сочетаются с наречиями, выражающими степень обязательности, то при *купеческом слове* они отсутствуют, так как высокая степень обязательности присутствует в нем имплицитно и ее не надо подтверждать.

Приведем иллюстративные примеры, взятые из НКРЯ: *Твердость нерушимого купеческого слова прозвучала в голосе синдика (Ю. М. Нагибин. Перед твоим престолом); О высоком православном духе этого предпринимательства говорят и удивительные примеры*



*твердости честного купеческого слова, и письма, и завещания детям (Марина Улыбышева, Сергей Шарпов. Православие и предпринимательство // «Эксперт», 2013)).*

Таким образом, коммуникативная цель *купеческого слова* – обязательное исполнение налагаемых на себя обязательств. Говорящий имеет твердое намерение выполнить обещание, так как залогом является честь. Наличие данного гаранта сближает *купеческое слово* с жанром клятвы. Особенностью *купеческого слова* является невербализованность гаранта, он подразумевается, тогда как в клятве залог всегда называется.

2. Образ автора. Казалось бы, образ автора в жанре *купеческого слова* не вызывает особых затруднений, так как он задан самим определением. Однако кто такой «купец» и как реконструировать его образ? Как показано выше, отбор текстов существенно влияет на создание портрета героя. Поэтому не станем ограничиваться художественной литературой и расширим базу опорных текстов. Однако, работая с таким подвижным в диалектике плане понятием как «купец», отметим, что русский национальный «образцовый тип этического поведения – “честное слово купеческое”» начал формироваться примерно с XVI века [Веселова, 2005, с. 83] и существовал до начала XX века. При всей условности процедуры социокультурной типизации можно включить

в портрет автора *купеческого слова* следующие понятия: честь, порядочность, репутация,

Тот, кто давал *купеческое слово*, отвечал за его выполнение своей честью:

«В дореволюционные времена *купеческое слово* было высшей формой гарантии, потому что за ним стояло самое главное в его личной и деловой жизни – честь. Не сдержав данное обещание, купец утратил бы ее. В результате не смог бы не только вести свои дела, но и потерял бы малейшее уважение в глазах окружающих – большой позор даже сложно вообразить. Отсюда и пришла к нам поговорка “Уговор дороже денег”» [Ревунова] (ср. с контекстом: *А как же честь?.. Купеческое слово?.. (Александр Волков. Ликвидаторы // «Звезда», 2001))*;

«Русские купцы были уверены, что богатство приходит вслед за репутацией. “Доброе имя лучше богатства”, – говаривали они. И поэтому *купеческое слово* было наивысшей гарантией. Не банковская гарантия, не документ на бумаге, а именно слово, устное обещание. Ничего удивительного. Ведь за словом купца стояла его честь и возможность вести бизнес» [Артонкина];

«Основная часть русского купечества вышла из работающих крестьян, а их капиталы создавались упорным многолетним трудом, которому способствовала не только деловая хватка, сметливость, но и... порядочность. Ведь в те времена

договоры в основном заключались в устной форме, а гарантией было как раз то самое честное купеческое слово» [Ревунова].

Интересно, что устная форма договора, которая во многом объяснялась тем, что среди купцов были неграмотные, может быть помещена в другой культурный контекст, имеющий гораздо более древние корни. Ф.Б. Успенский, говорит о ситуации, когда в начале XII века исландский великий политик и ученый Снорри Стурлусон, получив записку, в которой его предупредили об убийстве, не придавал ей значения, потому что письменная культура существовала как бы в тени устной. Статус сообщаемого повысился бы от устного высказывания, и Снорри Стурлусон, возможно, принял бы меры [Успенский]. Культура устного обещания (клятва) опиралась на систему ритуалов, которые, как считают исследователи, имеет древнее, дописьменное, происхождение [Рабенко, 2010, с. 125; Чесноков, 2013, с. 5]. Отражение такого отношения находим в примере: *Знаете ли, сударь, что слово купца должно быть вернее всякого письменного обязательства (П.А. Плавильщиков. Сговор Кутейкина (1789))*. И в следующем свидетельстве: *«Честное купеческое слово» стоило в России больше, чем нотариально заверенные договоры (Г.В. Андреевский. Повседневная жизнь Москвы в сталинскую эпоху. 1920-1930-е годы (2008))*.

В 1881 году литератор Николай Зегимель опубликовал в книге «Необходимые правила для купцов, банкиров, комиссионеров и вообще для каждого человека, занимающегося каким-либо делом» правила, своеобразный кодекс поведения предпринимателей. В нем содержатся рекомендации по поведению в общении с покупателем, подчинёнными и коллегами по ремеслу. Есть в нем и постулат исполнения обещанного: «7. Держите всегда данное слово. Лучше не обещайте, если не уверены в том, что вы в состоянии исполнить обещанное, но раз давши слово, вы должны его помнить и свято исполнять» [Батырев]. Нетрудно заметить, перефразировку с паремией *До слова крепись, а дав слово (а за слово) держись!* Причем ряд может быть проложен: *Слово – закон: держись за него, как за кол (как за кон); Честь чести на слово верит; Слово держать, не по ветерью бежать (арханг.)* [Даль] (см. более подробный анализ пословиц о торговле и образе купца-предпринимателя на двух языковых уровнях: повседневно-обыденном и религиозно-нравственном в: [Тимченко, 2013]).

Можно сказать, что к середине XIX века сформировался образ автора, дающего *купеческое слово*: *У прежних русских купцов было купеческое слово (сделки заключались без письменных контрактов), христианские представления, исторически известная размашистая благотворительность (А.И. Солжени-*

цын. *Как нам обустроить Россию* (1990)).

Таким образом, дающий *купеческое слово* – это человек, принадлежащий к купеческому сословию или ведущий торговлю, добровольно взявший на себя полномочия выполнить обещанное. В системе взглядов такого человека обещание является этической ценностью, которое не отменяет при этом личную прагматическую пользу.

3. Образ адресата, то есть «некоторые обязательные условия (презумпции) его коммуникативного облика» [Шмелева, 1990, с. 27].

Если основной презумпцией, делающей возможным реализацию жанра *купеческое слово*, со стороны адресанта является искренность, то со стороны адресата – это доверие. До вступления в коммуникацию, в которой прозвучит *купеческое слово*, оба участника имеют или должны иметь примерно одинаковые представления (договоренности, конвенции) о том, при каких условиях осуществляется данный речевой жанр. Эти установки для комиссиров описаны достаточно подробно (выделим классическую работу о семантических правилах, индексирующих иллокутивную силу обещаний [Серль, 1986], и их детальный анализ в [Оглезнев, 2014, с. 339 и далее]; а также обстоятельный разбор прагматических правил функционирования интенций «обещание, клятва» в [Галлямова, 2010, с. 19]).

Особенность жанра *купеческое слово* в том, что оно создавалось и приобретало семантику и прагматику внутри профессионального сообщества и поддерживалось его конвенциями. Когда жанр начинает функционировать за пределами купеческого круга, то его реализация начинает зависеть от личной ответственности говорящего: *Какой же ты бизнесмен? Где твое купеческое слово? Он только смеется и с него «как с гуся вода».* (В. И. Максимов. *Дневник научного сотрудника* (1996)).

И так как любой жанр включает перлокуцию, то есть реакцию слушающего, то в отношении *купеческого слова* можно сказать, что оно связано с двумя перлокутивными эффектами: краткосрочным – собеседник здесь и сейчас верит сказанному и доверяет говорящему, и долгосрочным – автор создает себе репутацию «человека слова», которая положительно влияет на собеседников в дальнейших коммуникациях (ср.: «Сдержанность свое слово – это не только вопрос чистой совести. Это репутация» [Артонкина]). О прагматике присяги и клятвы, которая, как уже было сказано выше, наиболее близка жанру *купеческого слова*, С.В. Санников пишет, что она «связана формализацией социальных связей, что дает основания рассматривать их [присягу и клятву] в качестве возможного средства накопления социального либо политического капитала» [Санников, 2017, с. 4]. Замечание

кажется справедливым в отношении *купеческого слова*: именно социальный, и в первую очередь, репутационный капитал создавал себе представитель купечества.

4. Диктум. Так как *купеческое слово* связано с конкретной социальной группой, то оно будет проявляться в двух типах дискурсов: либо события, которые способствуют появлению данного жанра, связаны с коммерческими ситуациями, либо говорящий, использующий *купеческое слово*, принадлежит к данному сообществу, и тогда *купеческое слово* реализуется в бытовых, житейских ситуациях. В обоих случаях жанр сохраняет свои признаки.

Пример использования жанра «между своими» в коммерческой ситуации: *Только уж ты купцу-то спусти. С кого другого там что хошь бери, а своего брата купца зачем обижать? Возьми повчерашнему да так, чтоб уже и впредь... – Купеческое слово – нельзя. Зачем покупателя баловать? Ты сам купец, и должен это очень чудесно чувствовать. На все товары через курс поднятие. (Н. А. Лейкин. Говядина вздоржала (1880)).*

Второй пример – когда муж-купец высказывает свою волю жене: – *Что тогда, Матрена? – сказал купец, вставая. – Тогда вот тебе мое честное купеческое слово и вот свидетель Спас Нерукотворенный, что я прогоню тебя и на дорожку больно побью – в первый раз в жизни побью и, разумеется, в последний, потому что во всю*

*остальную жизнь нашу мы уже никогда с тобою не сойдемся (Н. А. Дурова. Угол (1840)).*

Знаменательно, что герой в этом отрывке обращается к свидетельству высших сил – Спасу Нерукотворенному, что скорее характерно для клятвы. Но, как было сказано выше, *купеческое слово* в своем ядерном значении содержит семантику нерушимости сказанного (обещанного), которая подразумевает единство «мысли, слова (знака) и дела, или истинности (то есть искренности) высказываемого» [Чесноков, 2013, с. 6].

Формированию этой семантики способствовали некоторые ритуалы, или, что, очевидно, точнее, ритуализованные действия, которые совершали купцы, когда давали обещание: «Любили купцы расписные церковные галереи и гульбища, где после службы вели неспешные беседы о новостях, обсуждали ярмарочные цены и под строгими взглядами ликов святых заключали сделки под честное купеческое слово» [Грачёва, 2009, с. 25]. См. также: «Будущие купцы с малолетства воспитывались в миропонимании “под Богом ходим”. Купцы считали успех в бизнесе Божьим благословением. После завершения успешной сделки многие шли в первую очередь в церковь поблагодарить Создателя» [Артонкина] и «Торговую сделку в купеческой России часто скрепляли не подписью и печатью, а крестным знаменем. Можно скептически относиться к заключению сделок под

честное слово, но в то же время необходимо понимать, что для купцов – в прошлом крестьян, православная этика – суть внутренняя мораль. Для них несоблюдение добродетелей – безбожность, а угроза невозвратного долга – бесчестие и грех» [Филатова].

В русском речевом паремиконе (о понятии см.: [Сперанская, 2011]) о ритуальных действиях в ситуации, когда человек произносит некоторое обязательство или обещание (представляется возможным, что и *купеческое слово* входит в этот перечень), сохранилось несколько свидетельств: *Где рука, там и голова (т.е. дал слово – и отвечай)*, *Заложить правую руку (дать слово, обещать)*, *Мы и помолились вместе (кончили, дали слово)*, *Ударить по рукам (дать слово)* [Даль].

На формирование образа купца во многом повлиял коммерческий дискурс. И так как главным процессом для купца является торговля, а цель взаимодействия – купля-продажа (см. подробнее о репрезентации концепта «торговля» в [Лесинская, 2021]), то главными речевыми действиями торговой ситуации становятся речевые жанры, обслуживающие эту ситуацию. Тогда как *купеческое слово* функционирует, как правило, за рамками этого дискурса, в профессиональной среде, в которой, следуя принципу соответствия норме (см. о нем в работе: [Башкова, 2005, с. 192]), жанр присутствует, но не называется, по-

тому что это соответствует одному из проявлений нормы: «О том, что не отходит от нормы, обычно не делается сообщений» [Арутюнова, 1999а, с. 65]; «Было бы неэкономно доводить до сведения других обо всем том, что соответствует норме» [Арутюнова, 1999б, с. 76)].

О том, что *купеческое слово* не становилось предметом публицистического или художественного произведения свидетельствует и выборка текстов из НКРЯ: поиск по слову «купеческий» дает 5291 пример, а по сочетанию «купеческое слово» всего 17 примеров, из которых два приходятся не на указание жанра, а на указание признака принадлежности: *Про него можно было сказать купеческими словами: «на кривой не объедешь» (Николай Варенцов. Слышанное. Виденное. Передуманное. Пережитое (1930-1935))*; *Купеческія слова, навѣяныя тебѣ купцами. А ты повторяешь ихъ, какъ попугай (Н.А. Лейкин. Купецъ пришел! (1903))*.

5. Коммуникативное прошлое и будущее жанра. *Купеческое слово* – жанр с обязательным прошлым, так как представляет собой реакцию на создавшуюся коммуникативную ситуацию. Главным в осуществлении жанра будет желание самого говорящего, так как в отличие от жанров *обещания* и *слова купеческое слово* не может вынуждаться собеседником: говорящий может промолчать или заменить жанр другим.

Однако гораздо более важным параметром для *купеческого слова*, как и для всех комиссивов является фактор будущего, то есть перлокутивный эффект: что произошло после взятых на себя обязательств. Нормой является выполнение обещанного: *Что слово, то и дело; Условье – не присловье, а слово – ряд делу* [Даль], *Лучше богатство потерять, чем слово нарушить* [Сборник народной мудрости ...].

Как мы уже говорили, невыполнение грозит репутационными потерями и морально-этическими страданиями: *Прости! Я был дурак, что наговорил тебе дерзких слов, и еще более дурак, что смел давать честное купеческое слово в таком деле, к которому никогда бы не имел сил приступить. Забудь, пожалуйста, все это, я виноват, очень виноват и прошу у тебя прощенье от чистого сердца...* (Н. А. Дурова. *Угол* (1840)).

Н. Артонкина, приводя исторические факты, упоминает и такой обычай: «Бывали случаи, когда начинающий купец разорился, но честь свою не потерял. Был также обычай рвать пополам открытку. Одна часть оставалась у кредитора, вторая – у заемщика. И если через год по каким-либо серьезным причинам заемщик не смог приехать на ярмарку, то посылал вместо себя человека со своей половинкой открытки. Это означало, что приехать кредитумый не смог, но свое слово сдержит» [Артонкина].

6. Языковые средства реализации жанра. Для репрезентации намерения говорящего при исполнении *купеческого слова* использовалось, по всей видимости, прямое конвенциональное языковое средство – перформативное высказывание, например, *вот тебе мое купеческое слово*, как в примере выше. У нас нет достаточно убедительного материала, который бы протокольно отражал устную договоренность между участниками. Представляется возможным, что жанр *купеческого слова* реализовался не в одной реплике, а на уровне текста, так как «в большинстве случаев интенциональная часть высказывания связывается с остальной частью дискурса, которая направлена на собственно пропозициональное событийное содержание, как правило, отражающее широкую ситуацию реализации речевого акта» [Галлямова, 2010, с. 29]. Коммерческий дискурс предполагает как устную, так и письменную часть. Место *купеческого слова* – в устной части договоров: – *Отлично, мы договорились, купеческое слово сказано, готовьте все необходимые бумаги на подпись моему коммерческому директору!* (Георгий Елин. *Из дневников и записных книжек* (1997)).

Предположение о том, что перформатив *купеческое слово* либо сопровождающий его перформативный глагол никак не эксплицируются, можно проиллюстрировать художественным текстом – авторской сказкой С.Т. Аксакова «Алень-

кий цветочек». В ней одной из ключевых ситуацией является обязательство купца (*богатый купец, именитый человек; честной купец*, как именуется он в тексте) вернуться или прислать вместо себя дочь: «Я отпущу тебя домой невредимого, награжу казной несчетною, подарю цветочек аленький, коли дашь ты мне слово честное купецкое и запись своей руки, что пришлешь заместо себя одну из дочерей своих». И далее в тексте нет ситуации обещания, а разворачивается следующее: «Думал, думал купец думу крепкую и придумал так: “Лучше мне с дочерью повидаться, дать им своё родительское благословение, и коли они избавить меня от смерти не захотят, то приготовиться к смерти по долгу христианскому и воротиться к лесному зверю, чуду морскому”. Фальши у него на уме не было, а потому он рассказал, что у него было на мыслях. Зверь лесной, чудо морское, и без того их знал; видя его правду, он и записи с него заручной не взял» [Аксаков]. И этого оказалось достаточным, чтобы обе стороны поняли, что акт заключения «сделки» состоялся, причём о том, что купец взял на себя обязательство выполнить условие, ясно из контекста. Такое неназывание важного было отмечено И. В. Башковой: «Принцип неназывания, или сокровенности кажется самым парадоксальным. Суть его в том, что самые важные, самые дорогие для автора

смыслы прямо в тексте не называются» [Башкова, 2005, с. 190].

Поэтому содержание пропозиции и внутренней интенциональной установки говорящего декларируют, что совершившееся речевое действие – это обязательство, которое говорящий понимает как данное *купеческое слово*. Вполне возможно, что в определенный исторический период данная интенция выражалась без вербального сопровождения при условии, что говорящий совершал некоторое ритуализованное действие: протягивал для рукопожатия руку, осенял себя крестным знаменем и пр.

#### Заключение

В речевом интенциональном семантическом поле ‘обещание (принятие на себя обязательства)’ жанры могут быть сгруппированы по разным признакам. Одним из главных для осуществления жанра *купеческое слово* является признак ‘обязательность’, который сближает жанр с клятвой. *Купеческое слово* как речевой жанр функционировало в определенный исторический период времени. Его употребление было прервано социальными причинами, так как возникло оно в профессиональной среде русского купечества. Описание *купеческого слова* опирается на разные типы текстов, и поэтому возможны некоторые содержательные небольшие лакуны, однако материал достаточно репрезентативен, чтобы гово-

речь о продуктивности реконструкции данного речевого жанра.

Семантика купеческого слова связана с тем, что говорящий причисляет себя к значимой для него социальной группе, сформировавшей корпоративное понимание чести, нарушение которой связано с репутационными и коммерческими потерями для говорящего. Пресуппозиция говорящего способствует появлению общих семантических смыслов, делающих возможным

реализацию жанра: обязательность и безусловность выполнения.

Прагматика жанра заключается в том, что она обеспечивает формирование профессиональных и других социальных связей между участниками коммуникативной ситуации. Прагматика *купеческого слова* подразумевает исполнение установленных конвенций, главной из которых является истинность высказывания и искренняя вера говорящего в исполнение обещанного.

#### Библиографический список

1. Аксаков С. Аленький цветочек // Ну-ка дети. URL: [https://nukadeti.ru/skazki/aksakov\\_alenkij\\_cvetochek](https://nukadeti.ru/skazki/aksakov_alenkij_cvetochek). (Дата обращения: 07.03.2023).
2. Артонкина Н. Купеческое слово // Делопроизводство и документооборот на предприятии. 2020. № 12. URL: <https://delo-press.ru/journals/documents/prava-i-obyazannosti/57088-kupecheskoe-slovo/?printAuth=Y>. (Дата обращения: 07.03.2023).
3. Арутюнова Н.Д. Аномалии и язык // Язык и мир человека. Москва : Языки русской культуры, 1999б. С. 74–91.
4. Арутюнова Н.Д. Понятие нормы // Язык и мир человека. Москва : Языки русской культуры, 1999а. С. 65–73.
5. Батырев М. Кодекс чести русского купечества. URL: <https://batyrev.online/kodeks-kupca>. (Дата обращения: 05.03.2023).
6. Башкова И. В. Современная филология: актуальные проблемы, теория и практика : сб. материалов Международной научной конференции на факультете филологии и журналистики / отв. ред. А. П. Сковородников. Красноярск : Изд-во КГУ, 2005. С. 189–194.
7. Бессолицын А. Торговля в Российской империи // Arzamas:сайт. URL: <https://arzamas.academy/courses/108/3>. (Дата обращения: 06.03.2023).
8. Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. Санкт-Петербург : Норинт, 1998. 1534 с.
9. Веселова О. А. Честное слово купеческое (московские купцы в международных экономических отношениях XVI в.) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения. 2005. №4. С. 79–83.
10. Веская Г. Р. Опыт анализа предложений, содержащих перформативы-обязательства (на материале современного английского языка) // Проблемы синтаксиса словосочетания и предложения в современном английском языке : межвуз. сб. науч. тр. Пятигорск : ПГПИИЯ, 1987. С. 45–52.



11. Галлямова Н. Ш. Речевой акт «обещание, клятва» в русской языковой картине мира: лингвокультурологический, функционально-прагматический аспекты // Язык и культура. №3 (11). 2010. С. 16–32.
12. Грачёва И. Поставленный во славу Солнца... Накануне 1000-летия Ярославля // «Наука и жизнь», 2009. №11. С. 20–28.
13. Даль В.И. Пословицы русского народа. URL: <https://vdahl.ru/>. (Дата обращения: 06.03.2023).
14. Зиновьев А. А. Русская судьба, исповедь отщепенца. Москва : Центрполиграф, 1999. 505 с.
15. Карасик В. И. Языковые ключи. Москва : Гнозис. 2009. 406 с.
16. Колоколова Н. М. Речевой акт обещания как промиссив: структурно-семантическая модель // Альманах современной науки и образования: в 3-х ч. Ч. II. Тамбов: Грамота, 2008. № 2 (9) С. 86–88.
17. Которова Е. Г. «Обещание» как модель речевого поведения: методика контрастивного анализа (на материале русского и немецкого языков) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2017. Т. 21. № 2. С. 405–423. DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-2-405-423
18. Которова Е. Г. Коммуникативно-прагматическое поле как метод комплексного описания способов реализации речевых актов // Томский журнал лингвистических и антропологических исследований. 2013. Вып. 1 (1). С. 58–67.
19. Кюстин А. де. Николаевская Россия: русские в 1839 году // URL: [http://az.lib.ru/k/kjustin\\_a\\_d/text\\_1843\\_la\\_russie\\_en\\_1839.shtml](http://az.lib.ru/k/kjustin_a_d/text_1843_la_russie_en_1839.shtml). (Дата обращения: 06.03.2023).
20. Лесинская А. К. Репрезентация концепта «торговля» в русской и китайской лингвокультурах / А.К Лесинская, Лю В. // «Один пояс – один путь»: Российско-китайский культурный диалог: коллективная монография / под науч. ред. Е.М. Болдыревой; Се Чжоу. Ярославль : РИО ЯГПУ, 2021. С. 408–422.
21. Никишин В. М. Историческая эволюция и традиции российского купечества // Проблемы современной экономики. 2017. №4 (64). С. 216–218.
22. Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. 2-е изд., испр. и доп. / под общ. руков. акад. Ю. Д. Апресяна. Москва-Вена : Языки славянской культуры: Венский славистический альманах, 2004. 1488 с.
23. Оглезнев В. В. Обещание, условие искренности и речевые акты // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2014. №4 (28). С. 338–347.
24. Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Москва : Прогресс, 1986. Вып. 17. С. 118–128.
25. Рабенко Т. Г. Клятва как фидеистический речевой жанр // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 13 (194). Филология. Искусствоведение. Вып. 43. С. 122–126.
26. Ревунова Т. Уговор дороже денег: зачем купцы рвали открытки и как долго могли искать кредиторов. URL: <https://travelask.ru/blog/posts/24728-kupcheskoe-slovo-ugovor-dorozhe-deneg>. (Дата обращения: 05.03.2023).

27. Санников С. В. Клятва и присяга как перформативные акты «микрофизики» власти // *Univsum: филология и искусствоведение*. 2017. №10 (44). С. 4–9.
28. Сборник народной мудрости. URL: <https://sbornik-mudrosti.ru/posloviy-i-pogovorki-luchshe/>. (Дата обращения: 06.03.2023).
29. Семенов А. «Без правил» // «Знание – сила». 1998. №3 (849). С. 1-2.
30. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов // *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва : Прогресс, 1986. Вып. 17. С. 170–194.
31. Скупов Б. Купеческое слово превыше договора // *Строительный эксперт*. 29 апреля 2021. URL: <https://ardexpert.ru/article/20639>. (Дата обращения: 07.03.2023).
32. Смолина М. Б. Полевая организация речевых жанров «приветствие» и «прощание» (на материале драматургических произведений А. А. Потехина) // *Вестник ЗабГУ*. 2009. №4. С. 150–153.
33. Сперанская А. Н. Далевский паремикон о речи // *Язык и социальная действительность*. 2011. Вып. 7. С. 31–42.
34. Тимченко А. С. Образ купца-предпринимателя в китайских и русских пословицах и поговорках // *Известия АлтГУ*. 2013. №2 (78). С. 249–251.
35. Успенский Ф. Б. Письменность, средневековая Исландия и одно убийство, которого легко было избежать // *Arzamas*. Подкаст «Гуттенберг позвонит»: сайт. URL: <https://arzamas.academy/podcasts/317>. (Дата обращения: 06.03.2023).
36. Филатова В. Честное слово купеческое // *Видновские вести*. 2014. № 65. 12 сентября. С. 9.
37. Формановская Н. И. О коммуникативно-семантических группах и функционально-семантических полях // *Русский язык за рубежом*. 1986. № 3. С.71–76.
38. Чесноков И. И. Речевой акт «клятва»: истоки и первичные формы объективации // *Известия Волгоградского ГПУ*. 2013. №9 (84). С. 4–7.
39. Шмелева Т. В. Речевой жанр. Возможности описания и использования в преподавании языка // *Russistik. Русистика. Научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка*. Berlin, 1990. № 2. С. 20–32.

#### Reference list

1. Aksakov S. Alen'kij cvetochek = The Scarlet Flower // *Nu-ka deti*. URL: [https://nukadeti.ru/skazki/aksakov\\_alenkij\\_cvetohek](https://nukadeti.ru/skazki/aksakov_alenkij_cvetohek). (Data obrashhenija: 07.03.2023).
2. Artonkina N. Kupecheskoe slovo = Merchant's word // *Deloproizvodstvo i dokumentooborot na predpriyatii*. 2020. № 12. URL: <https://delopress.ru/journals/documents/prava-i-obyazannosti/57088-kupecheskoe-slovo/?printAuth=Y>. (Data obrashhenija: 07.03.2023).
3. Arutjunova N.D. Anomalii i jazyk = Anomalies and language // *Jazyk i mir cheloveka*. Moskva : Jazyki russkoj kul'tury, 1999b. S. 74–91.
4. Arutjunova N.D. Ponjatie normy = The notion of norm // *Jazyk i mir cheloveka*. Moskva : Jazyki russkoj kul'tury, 1999a. S. 65–73.
5. Batyrev M. Kodeks chesti russkogo kupechestva. = Russian merchants' code of honor. URL: <https://batyrev.online/kodeks-kupca>. (Data obrashhenija: 05.03.2023).

6. Bashkova I. V. *Sovremennaja filologija: aktual'nye problemy, teorija i praktika = Modern philology: current problems, theory and practice* : sb. materialov Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii na fakul'tete filologii i zhurnalistiki / Otv. red. A.P. Skovorodnikov. Krasnojarsk : Izd-vo KGU, 2005. S. 189–194.
7. Bessolicyn A. *Torgovlja v Rossijskoj imperii = Trade in the Russian empire* // Arzamas:sajt. URL: <https://arzamas.academy/courses/108/3>. (Data obrashhenija: 06.03.2023).
8. *Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo jazyka = Large explanatory dictionary of the Russian language* / Gl. red. S.A. Kuznecov. Sankt-Peterburg : Norint, 1998. 1534 s.
9. Veselova O. A. *Chestnoe slovo kupecheskoe (moskovskie kupcy v mezhdunarodnyh jekonomicheskikh otnoshenijah XVI v.) = Merchant's honest word (Moscow merchants in international economic relations of XVI century)* // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Politologija. Mezhdunarodnye otnoshenija. 2005. №4. S. 79–83.
10. Voskanjan G. R. *Opyt analiza predlozhenij, sodержashhijh performativnyh objazatel'stva (na materiale sovremennoho anglijskogo jazyka) = Experience in analyzing sentences containing performative commitments in Modern English* // Problemy sintaksisa slovosochetaniya i predlozhenija v sovremennoho anglijskom jazyke : mezhvuz. sb. nauch. tr. Pjatigorsk : PGPIIJa, 1987. S. 45–52.
11. Galljamova N. Sh. *Rechevoj akt «obeshhanie, kljatva» v russkoj jazykovoju kartine mira: lingvokul'turologičeskij, funkcional'no-pragmatičeskij aspekty = Speech act “promise, oath” in the Russian linguistic world picture: linguistic-cultural and functional-pragmatic aspects* // Jazyk i kul'tura. №3 (11). 2010. S. 16–32.
12. Grachjova I. *Postavlenyj vo slavu Solnca... Nakanune 1000-letija Jaroslavlja = Placed to the glory of the Sun... For the 1000th anniversary of Yaroslavl* // «Nauka i zhizn'», 2009. №11. S. 20–28.
13. Dal' V.I. *Poslovicy russkogo naroda. = Proverbs of the Russian people*. URL: <https://vdahl.ru/>. (Data obrashhenija: 06.03.2023).
14. Zinov'ev A.A. *Russkaja sud'ba, ispoved' otshhepenca. = Russian destiny, the confession of a renegade*. Moskva : Centrpoligraf, 1999. 505 s.
15. Karasik V.I. *Jazykovye kljuchi = Linguistic clues*. Moskva : Gnozis. 2009. 406 s.
16. Kolokolova N.M. *Rechevoj akt obeshhanija kak promissiv: strukturno-semantičeskaja model' = The speech act of promise as a promissive: a structural-semantic model* // Al'manah sovremennoj nauki i obrazovanija: v 3-h ch. Ch. II. Tambov: Gramota, 2008. № 2 (9) C. 86–88.
17. Kotorova E.G. *«Obeshhanie» kak model' rechevogo povedenija: metodika kontrastivnoho analiza (na materiale russkogo i nemeckogo jazykov) = “Promise” as a model of speech behavior: a method of contrastive analysis in Russian and German* // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Lingvistika. 2017. T. 21. № 2. S. 405–423. DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-2-405-423
18. Kotorova E. G. *Kommunikativno-pragmatičeskoe pole kak metod kompleksnoho opisanija sposobov realizacii rechevyh aktov = Communicative pragmatic field as a method of complex description of ways to realize speech acts* // Tomskij zhurnal lingvističeskijh i antropologičeskijh issledovanij. 2013. Vyp. 1 (1). S. 58–67.

19. Kjustin A. de. Nikolaevskaja Rossija: russkie v 1839 godu = Russia under Nicholas: Russians in 1839 // URL: [http://az.lib.ru/k/kjustin\\_a\\_d/text\\_1843\\_la\\_russie\\_en\\_1839.shtml](http://az.lib.ru/k/kjustin_a_d/text_1843_la_russie_en_1839.shtml). (Data obrashhenija: 06.03.2023).

20. Lesinskaja A.K. Reprezentacija koncepta «torgovlja» v russkoj i kitajskoj lingvokul'turah = Representing the concept “trade” in Russian and Chinese linguistic cultures / A.K. Lesinskaja, Lju V. // «Odin pojas – odin put'»: Rossijsko-kitajskij kul'turnyj dialog: kollektivnaja monografija / pod nauch. red. E.M. Boldyrevoj; Se Chzhou. Jaroslavl' : RIO JaGPU, 2021. S. 408–422.

21. Nikishin V.M. Istoricheskaja jevoljucija i tradicii rossijskogo kupechestva = Historical evolution and traditions of the Russian merchants // Problemy sovremennoj jekonomiki. 2017. №4 (64). S. 216–218.

22. Novyj ob#jasnitel'nyj slovar' sinonimov russkogo jazyka.= New explanatory dictionary of Russian synonyms. 2-e izd., ispr. i dop. / pod obshh. rukov. akad. Ju. D. Apresjana. Moskva-Vena : Jazyki slavjanskoj kul'tury: Venskij slavisticheskij al'manah, 2004. 1488 s.

23. Ogleznev V. V. Obeshhanie, uslovie iskrennosti i rechevye akty = Promise, the condition of sincerity, and speech acts // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofija. Sociologija. Politologija. 2014. №4 (28). S. 338–347.

24. Ostin Dzh. L. Slovo kak dejstvie = Word as action // Novoe v zarubezhnoj lingvistike. Moskva : Progress, 1986. Vyp. 17. S. 118–128.

25. Rabenko T. G. Kljatva kak fideisticheskij rechevoj zhanr = Oaths as a fideistic speech genre // Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2010. № 13 (194). Filologija. Iskusstvovedenie. Vyp. 43. S. 122–126.

26. Revunova T. Ugovor dorozhe deneg: zachem kupcy rvali otkrytki i kak dolgo mogli iskat' kreditorov. = Agreement is more valuable than money: why merchants tore up postcards and how long they could look for creditors. URL: <https://travelask.ru/blog/posts/24728-kupecheskoe-slovo-ugovor-dorozhe-deneg>. (Data obrashhenija: 05.03.2023).

27. Sannikov S. V. Kljatva i prisjaga kak performativnye akty «mikrofiziki» vlasti = Vows and oaths as performative acts of power “microphysics” // Universum: filologija i iskusstvovedenie. 2017. №10 (44). S. 4–9.

28. Sbornik narodnoj mudrosti. = Collection of folk wisdom. URL: <https://sbornik-mudrosti.ru/poslovicy-i-pogovorki-luchshe/>. (Data obrashhenija: 06.03.2023).

29. Semenov A. «Bez pravil» = “No rules” // «Znanie – sila». 1998. №3 (849). S. 1-2.

30. Serl' Dzh. R. Klassifikacija illokutivnyh aktov = Classification of illocutionary acts // Novoe v zarubezhnoj lingvistike. Moskva : Progress, 1986. Vyp. 17. S. 170–194.

31. Skupov B. Kupecheskoe slovo prevyshe dogovora = A merchant's word is above the contract // Stroitel'nyj jekspert. 29 aprelja 2021. URL: <https://ardexpert.ru/article/20639>. (Data obrashhenija: 07.03.2023).

32. Smolina M. B. Polevaja organizacija rechevyh zhanrov «privetstvie» i «proshhanie» (na materiale dramaturgicheskikh proizvedenij A. A. Potehina) = Field organization of the speech genres “greeting” and “farewell” (on the material of A.A. Potekhin's dramaturgy) // Vestnik ZabGU. 2009. №4. S. 150–153.

33. Speranskaja A. N. Dalevskij paremikon o rechi = Dal's paremicon on speech // Jazyk i social'naja dejstvitel'nost'. 2011. Vyp. 7. S. 31–42.
34. Timchenko A. S. Obraz kupca-predprinimatelja v kitajskih i russkih poslovicah i pogovorkah = The image of the merchant-entrepreneur in Chinese and Russian proverbs and sayings // Izvestija AltGU. 2013. №2 (78). S. 249–251.
35. Uspenskij F. B. Pis'mennost', srednevekovaja Islandija i odno ubijstvo, kotorogo legko bylo izbezhat' = Writing, medieval Iceland, and one murder that could easily have been avoided // Arzamas. Podkast «Guttenberg pozvonit»: sajt. URL: <https://arzamas.academy/podcasts/317>. (Data obrashhenija: 06.03.2023).
36. Filatova V. Chestnoe slovo kupecheskoe = A merchant's word of honor // Vidnovskie vesti. 2014. № 65. 12 sentjabrja. S. 9.
37. Formanovskaja N. I. O kommunikativno-semanticheskikh gruppah i funkcional'no-semanticheskikh poljah = On communicative-semantic groups and functional-semantic fields // Russkij jazyk za rubezhom. 1986. № 3. S.71–76.
38. Chesnokov I. I. Rechevoj akt “kljatva”: istoki i pervichnye formy ob#ektivacii = The speech act “oath”: origins and primary forms of objectification // Izvestija Volgogradskogo GPU. 2013. №9 (84). S. 4–7.
39. Shmeleva T. V. Rechevoj zhanr. Vozmozhnosti opisanija i ispol'zovanija v prepodavanii jazyka = Speech genre. Possibilities of description and usage in language teaching // Russistik. Rusistika. Nauchnyj zhurnal aktual'nyh problem prepodavaniya russkogo jazyka. Berlin, 1990. № 2. S. 20–32.

Статья поступила в редакцию 25.01.2023; одобрена после рецензирования 16.02.2023; принята к публикации 28.02.2023.

The article was submitted on 25.01.2023; approved after reviewing 16.02.2023; accepted for publication on 28.02.2023