



РУССКИЙ ЯЗЫК: ИСТОРИЧЕСКИЕ СУДЬБЫ  
И СОВРЕМЕННОСТЬ

VI МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНГРЕСС  
ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

Москва  
МГУ имени М. В. Ломоносова,  
филологический факультет  
20–23 марта 2019 г.

LOMONOSOV MOSCOW STATE UNIVERSITY  
(MSU)

# RUSSIAN LANGUAGE: ITS HISTORICAL DESTINY AND PRESENT STATE

The International Congress  
Of Russian Language Researchers

Moscow

Moscow State University, Faculty of Philology  
March 20–23, 2019

PROCEEDINGS AND MATERIALS

Edited by

*Marina L. Remneva and Olga V. Kukushkina*



MOSCOW UNIVERSITY PRESS

2019

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ М. В. ЛОМОНОСОВА

# РУССКИЙ ЯЗЫК: ИСТОРИЧЕСКИЕ СУДЬБЫ И СОВРЕМЕННОСТЬ

VI Международный конгресс  
исследователей русского языка

Москва

МГУ имени М. В. Ломоносова, филологический факультет  
20–23 марта 2019 г.

## ТРУДЫ И МАТЕРИАЛЫ

Под общей редакцией  
*М. Л. Ремнёвой и О. В. Кукушкиной*



ИЗДАТЕЛЬСТВО МОСКОВСКОГО УНИВЕРСИТЕТА  
2019

УДК 82  
ББК 80/82  
Р89

*Печатается по постановлению Редакционно-издательского совета  
филологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова*

*Издание осуществлено в авторской редакции за счет средств  
филологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова*

**Русский язык:** исторические судьбы и современность: VI Между-  
P89 народный конгресс исследователей русского языка (Москва, фило-  
логический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 20–23 марта  
2019 г.): Труды и материалы / под общей редакцией М. Л. Ремнёвой  
и О. В. Кукушкиной. — М.: Издательство Московского университе-  
та, 2019 — 610 с.

ISBN 978-5-19-011383-9

**УДК 82  
ББК 80/82**

*Научное издание*

**РУССКИЙ ЯЗЫК: ИСТОРИЧЕСКИЕ СУДЬБЫ И СОВРЕМЕННОСТЬ**  
VI МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНГРЕСС ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА  
(Москва, филологический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова,  
20–23 марта 2019 г.)

**ТРУДЫ И МАТЕРИАЛЫ**

Под общей редакцией М. Л. Ремнёвой и О. В. Кукушкиной.

Оригинал-макет *Л. М. Захаров*

Подписано в печать 09.03.2018. Формат 60×90/8. Бумага офсетная. Изд. № 11338.  
Издательство Московского университета. 119991, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1, стр. 15  
(ул. Академика Хохлова, 11). Тел.: (495) 939-32-91; e-mail: secretary@msupress.com  
Отдел реализации. Тел.: (495) 939-33-23; e-mail: zakaz@msupress.com  
Сайт Издательства МГУ: <http://msupress.com>

ISBN 978-5-19-011383-9

© Филологический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова

КОНГРЕСС ОРГАНИЗОВАН Московским государственным университетом имени М.В.  
Ломоносова

ПРИ УЧАСТИИ Института русского языка имени В.В. Виноградова.

В организации работы секции «Проблемы семантической экспертизы» принимал участие РФЦСЭ  
при Минюсте РФ.

## ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ КОНГРЕССА

### Состав организационного комитета VI Международного конгресса «Русский язык: исторические судьбы и современность»

<b>В. А. Садовничий</b> (председатель оргкомитета Конгресса)	ректор МГУ, академик РАН
<b>М. Л. Ремнева</b> (председатель программного комитета)	декан филологического факультета МГУ, профессор, зав. кафедрой русского языка
<b>О. В. Кукушкина</b> (заместитель председателя оргкомитета)	профессор, доктор филологических наук
<b>Е. В. Суровцева</b> (ученый секретарь оргкомитета)	старший научный сотрудник
<b>А. А. Варламов</b> (отв. секретарь оргкомитета по компьютерно- информационным вопросам)	заместитель декана по информационной политике
<b>Г. Е. Кедрова</b>	кандидат филологических наук, доцент, зам. декана по международным связям филологического факультета МГУ
<b>О. В. Александрова</b>	доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой английского языкознания МГУ;
<b>Л. А. Дунаева</b>	доктор филологических наук, профессор
<b>М.Л. Каленчук</b>	доктор филологических наук, профессор, член-корреспондент РАО, директор Института русского языка им. В. В. Виноградова
<b>С. М. Самойлов</b>	заместитель декана по АХР

**Состав программного комитета VI Международного конгресса  
«Русский язык: исторические судьбы и современность»**

**Ремнёва М. Л.**

доктор филологических наук, профессор,  
председатель программного комитета

**Александрова О. В.**

доктор филологических наук, профессор

**Бархударова Е. Л.**

доктор филологических наук, профессор

**Величко А.В.**

доктор филологических наук, профессор

**Галактионова И. В.**

Кандидат филологических наук, доцент

**Галинская Е. А.**

доктор филологических наук, профессор

**Гвозданович Ядранка**

доктор филологических наук, профессор

**Клобуков Е. В.**

доктор филологических наук, профессор

**Красильникова Л.В.**

доктор филологических наук, профессор

**Кукушкина О. В.**

доктор филологических наук, профессор

**Онипенко Н. К.**

кандидат филологических наук, доцент

**Мустайоки Арто**

доктор филологических наук, профессор

**Нефедова Е. А.**

доктор филологических наук, профессор

**Панков Ф.И.**

доктор филологических наук, профессор

**Петрухина Е. А.**

доктор филологических наук, профессор

**Ревзина О. Г.**

доктор филологических наук, профессор

**Сидорова М. Ю.**

доктор филологических наук, профессор

**Татевосов С.Г.**

доктор филологических наук, профессор

**Фролова О.Е.**

доктор филологических наук, профессор

**Чернейко Л. О.**

доктор филологических наук, профессор

**Шевелёва М. Н.**

кандидат филологических наук, доцент

**Шмелева Т.В.**

доктор филологических наук, профессор

## Конструкции с союзным словом *который* в нормативных правовых актах как объект лингвистической экспертизы

О.В. Зуга

### Syntactic constructions with the word *which / that* in regulatory legal acts as an object of linguistic expertise

Oksana V. Zuga

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Удмуртский государственный университет» (Ижевск) / Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Udmurt State University" (Izhevsk)

ozuga@rambler.ru

**Аннотация.** Доклад посвящен лингвистическому анализу подпункта 1 пункта 5 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ (редакция от 29.07.2017 года) «О рекламе», при толковании которого возникают варианты интерпретации. Анализ показал, что высказывание *В рекламе не допускаются: 1) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации* имеет два варианта толкования.

**Ключевые слова:** лингвистическая экспертиза, *который*, язык нормативных правовых актов, закон о рекламе.

**Summary.** The report is devoted to the linguistic analysis of one of the phrase (Article 5, clause 5, sub-clause 1) of the Federal Law (13.03.2006 No. 38-FZ, as amended on 29.07.2017) "On Advertising", the interpretation of which gives rise to interpretation options. Analysis has shown that the statement *Advertising does not allow: 1) the use of foreign words and expressions that / which can lead to a distortion of the meaning of information* has two interpretations.

**Keywords:** linguistic expertise, syndetic word *which / that*, language of regulatory legal acts, law on advertising.

Специалисты в области русского языка все чаще привлекаются для разрешения речевых конфликтов в судебных и досудебных разбирательствах, связанных с толкованием тех или иных норм, зафиксированных в правовых актах.

Предложения с союзным словом *который* относятся к таким синтаксическим конструкциям, некорректное построение которых лишает речь одного из основных ее коммуникативных качеств – ясности. Одним из проблемных случаев, связанных с пониманием текста закона, является подпункт 1 пункта 5 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ (редакция от 29.07.2017 года) «О рекламе»: «Статья 5. Общие требования к рекламе. <...> 5. В рекламе не допускаются: 1) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации».

Существующие комментарии к закону «О рекламе» дают двоякую трактовку этой нормы:

1) законом запрещается использовать в рекламе любые иностранные слова и выражения, потому что они, в силу разных причин, могут привести к искажению смысла информации: «Потребителями рекламы являются представители самых разных слоев нашего общества, социального положения, образования и возраста. <...> 5. Известно, что иностранный язык быстро забывается, если им не пользоваться. Соответственно степень владения российскими гражданами иностранным языком может варьироваться от самой низкой до виртуозной. Поэтому использованное в рекламе выражение на иностранном языке потребитель рекламы может не уяснить, и для него рекламная информация будет неполной и искаженной» [Бадалов, Василенкова, Карташов и др.];

2) законом вводится лишь ограничение на использование иностранных слов: «Законом не допускается использовать только те иностранные слова и выражения, которые могут привести к искажению смысла информации» [Кайль]. Здесь же комментатор отмечает: «На вопрос о том, кто будет решать, искажен ли смысл рекламируемой информации, Закон ответа не дает. Думается, этот вопрос будет находиться в компетенции контролирующих органов. Представляется также, что в данном случае необходимо будет проводить специальную экспертизу» [Там же].

Согласно русской грамматике «слово *который* либо просто присоединяет придаточное предложение к главному (*Он*

*видел неохватную долину, по которой шла тяжелая река.* Фед.), либо служит целям уточнения значения существительного, к которому оно отсылает (*Есть чувства, которые поднимают нас от земли.* Тург.). Соответственно этим различиям предложения с *который* делятся на 1) распространительные и 2) ограничительные» [Русская грамматика: научные труды, т. 2: 522].

Лингвистический анализ подпункта 1 показал, что возможны оба варианта толкования: первый – при интерпретации придаточной части как распространительной (придаточная часть определяет существительное лишь постольку, поскольку занимает при нем синтаксическую позицию определения; подчинительная связь сближается со связью сочинительной, является необязательной; имеет дополнительное причинное значение); второй – при интерпретации придаточной части как ограничительной (придаточная часть восполняет значение существительного, уточняет его соответствии потребностям сообщения; главная часть может быть дополнена словами *тот* или *такой*).

Наличие различных интерпретаций юридической нормы свидетельствует о том, что представленная в законе формулировка нарушает одно из требований к формулировкам нормативных актов, согласно которому юридическому языку должны быть свойственны точность, ясность, простота и однозначность грамматических конструкций, исключающие двусмысленность.

#### Литература

- Бадалов Д.С., Василенкова И.И., Карташов Н.Н., Котов С.Ф., Никитина Т.Е. Постатейный комментарий к федеральному закону «о рекламе» [Электронный ресурс. URL: <https://studfiles.net/preview/5671338/> (дата обращения: 01.11.2018)].
- Кайль А.Н. Комментарий к Федеральному закону от 13.03.2006 п 38-ФЗ «О рекламе» (постатейный) [Электронный ресурс. URL: <https://www.lawmix.ru/commlaw/707?page=17> (дата обращения: 01.11.2018)].
- Русская грамматика: научные труды: В 2 т. М.: Институт русского языка им. В.В. Виноградова. 2005. Т. 2.
- Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» [принят Государственной Думой 22 февраля 2006 года; одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 года] (ред. от 29 июля 2017 г.) [Электронный ресурс. КонсультантПлюс: справочно-правовая система. [URL: <https://goo.gl/ihUPsV> (дата обращения: 01.10.2018)].

## Содержание

---

Секция	стр.
1. Вариативность и проблемы кодификации .....	7–23
2. Диалектологические исследования .....	34–46
3. Изучение звукового строя русского языка .....	47–53
4. Интегративное описание русской лексики и грамматики .....	54–153
4.1. Лексическая семантика, синтагматика, речевое употребление.....	54–77
4.2. Функциональное словообразование .....	77–94
4.3. Морфология .....	94–120
4.4. Синтаксис – формальное устройство и семантика.....	121–138
4.5. Анализ служебных единиц .....	138–153
5. История и современное состояние русистики.....	154–163
5.1. Теоретические проблемы и перспективы .....	154–161
5.2. Зарубежная русистика.....	161–163
6. История русского языка.....	164–196
7. Лексикографические проекты, корпуса текстов, базы данных .....	200–228
8. Лингвистическая поэтика .....	229–264
9. Лингвистическая терминология и критерии ее оценки.....	265–269
10. Описание русского языка в сопоставительном и типологическом аспектах .....	270–292
11. Особенности поликодовых текстов.....	293–307
12. Применение лингвистических знаний в семантической экспертизе текстов. Анализ конфликтогенных текстов .....	308–336
13. Проблемы нейминга и формирования городского ономастикона.....	337–353
14. Речевые жанры и речевые акты как инструмент лингвистического исследования .....	354–377
15. Русский язык в контакте с другими языками .....	378–395
16. Русский язык в лингводидактическом аспекте .....	396–457
16.1. Преподавание русского языка в вузах и школе .....	396–415
16.2. Преподавание русского языка как иностранного.....	415–457
17. Русский язык в междисциплинарных исследованиях .....	458–473
18. Русский язык как средство общения и интеллектуального воспитания .....	474–482
19. Текст как самостоятельный объект лингвистического исследования.....	483–511
20. Текстология и палеография .....	512–524
21. Функционирование русского языка в мультимедийной среде.....	525–539
22. Этимологические исследования.....	540–546
23. Язык документов, учебной и научной литературы. Критерии его оценки.....	547–552
24. Немного о себе .....	553–561