# Лекция № 2 по теме «Тропы»

# АНТИФРАЗИС, ИРОНИЯ

**Антифразис** (от гр. *antiphrasis* – противоположное по смыслу) – употребление слова, словосочетания, предложения в значении, противоположном обычному. Данный эффект достигается с помощью контекста и особой интонации.

Например: *Какая прелесть! Обмануть человека, а потом притворяться ангелом (О. Ахманова).*

Статус антифразиса определяется неоднозначно. Чаще он квалифицируется как троп, иногда – как стилистическая фигура контраста.

Антифразис может создавать комический эффект с разными тональностями: от добродушной насмешки, иронии, сатирического изображения объекта до резкого саркастического разоблачения.

Например: *Хорошо тому на свете жить,*

*У кого нету стыда в глазах,*

*Ни стыда нету, ни совести (И. Шмелев).*

Для усиления выразительности антифразиса используются графические средства: кавычки, скобки.

Например: *... И снова мы возвращаемся к вопросам о непотопляемости и влиятельности нашего «героя».*

**Ирония** (от гр. *eirōnéia* – притворство) – термин имеет два значения.

1) В стилистике **ирония** – насмешка, лукавое иносказание, когда слово или выражение приобретает значение, противоположное буквальному смыслу.

Например: *Отколе, умная, бредешь ты, голова? (И. Крылов).*

2) В эстетике и литературоведении ирония – вид комического, в котором критическое отношение к объекту осмеяния носит осуждающий характер.

В художественной литературе часто используется ироническое преувеличение (возвеличивание) или намеренное снижение.

Например: *Эта мелкая грустная история произошла с Петюшкой Ящиковым. Человека чуть не зарезали. На операции (М. Зощенко).*

Двуплановость, создающаяся при помощи иронического преувеличения и намеренного снижения, основана на контрасте – несоответствии того, о чем говорится и что есть на самом деле.

Например: *Муся Ривен была молоденькая, только что в первый раз разведенная деточка, грустная, сентиментальная, нежная, что не мешало ей хлопать водку рюмка за рюмкой, безрезультатно и незаметно ни для нее, ни для других (Тэффи).*

Ироническое преувеличение (принижение) часто называют гиперболой или литотой. Однако гипербола и литота шире и не всегда содержат иронию.

Прием иронического преувеличения часто совмещается с **астеизмом** – похвалой в виде порицания.

Например: *Черт так не сыграет, как он, проклятый, играл на контрабасе, бывало, выводил, шельма, такие экивоки, каких Рубинштейн или Бетховен, положим, на скрипке не выведет. Мастер был, разбойник (А. Чехов).*

# ГИПЕРБОЛА, ЛИТОТА, МЕЙОЗИС

**Гипербола** (от гр. *hyperbolē* – преувеличение) – вид тропа, сводящийся к

преувеличению свойств, особенностей предметов, явлений с целью усиления выразительности и образности речи.

Например*: И полусонным стрелкам лень*

*Ворочаться на циферблате,*

***И дольше века длится день,***

***И не кончается объятье*** *(Б. Пастернак).*

Как литературный прием гипербола подчеркивает субъективность создаваемого образа, его нарочитую условность. Но наряду с этим в гиперболе сохраняется связь с действительностью: в основе гиперболизации лежит оценка явлений, имеющих свой аналог в первичной реальности. Гиперболизация стимулирует воображение, заставляет обратить внимание на выделяемые особенности, высвечивает черты характера литературных героев.

Например**:**Н. Гоголь пишет о сыновьях Т. Бульбы, на которых были *«шаровары шириною с Черное море, с тысячью складок и сборами...»*

Гипербола – художественный вымысел, но не ложь в привычном смысле. Основное отличие гиперболы от лжи в том, что, гиперболизируя, художник усиливает нечто реально существующее, а во лжи, кроме выдумки, ничего нет.

Однако следует помнить о чувстве меры при использовании гиперболы: «…ведь стоит лишь немного нарушить установленную границу, как гипербола исчезает, ослабевает напряжение, создается впечатление, совершенно противоположное тому, к которому стремился автор» *(Псевдо-Лонгин).*

Например: *Но ты, великий человек,*

*Пойдешь в ряду с полубогами*

*Из рода в род, из века в век;*

*И славы луч твоей затмится,*

*Когда померкнет солнца свет… (И. Дмитриев).*

Гиперболы традиционно используются при описании силы богатыря в фольклоре.

Например:  *И начал он с осью похаживать,*

*И начал он осью помахивать:*

*Куда махнет, туда улица,*

*А повернется – да переулочек…(Былина).*

К гиперболе относится оборот речи, именуемый *plurālis majestātis* (лат.–множественное возвеличивание), т.е. употребление множественного числа применительно к самому себе.

Например: *«Божией Милостью* ***Мы, Николай II****…»,*

*«Что ты так мудрено пишешь?..* ***Наши*** *светлые очи не могут ничего разобрать…» (А. Пушкин).*

Гиперболой можно передать чувства гнева: *«Я волком бы выгрыз бюрократизм…» (В. Маковский).*

Некоторые гиперболы стали крылатыми выражениями:

*Ах! Злые языки страшнее пистолета; Сто раз вам повторять!; У страха глаза велики; Ума палата; Семь пятниц на неделе.*

**Литота** (от гр. *litotes* – малость, умеренность) – нарочитое преуменьшение или смягчение свойств, признаков, значений каких-либо предметов, явлений с целью усиления эмоционального воздействия.

Например:*Мой Марихен так уж мал, так уж мал,*

*Что из крыльев комаришки*

*Сделал две себе манишки*

*И – в крахмал… (К. Аксаков).*

Основное, что сближает литоту и гиперболу, – «чрезмерность». Поэтому иногда литота рассматривается в качестве разновидности гиперболы. Выразительность литоты проявляется в способе создания субъективно-оценочного образа с помощью «чувственных излишеств».

А. Потебня предложил различать транзитивные и рефлексивные литоты. Если говорящий рассуждает о другом лице, умаляя его, можно говорить о транзитивной, переходной литоте: *«Это небольшое подобие человека копалось, корпело, писало и, наконец, состряпало такую бумагу… (Н. Гоголь).* Транзитивная литота – эффективное средство передачи презрительного отношения к кому-либо или чему-либо.

Если же субъект занимается самоуничижением, преуменьшает какие-либо свои особенности, то речь идет о рефлексивной литоте: *«Но все-таки простите меня, батюшка, насекомого еле видимого, если я осмеливаюсь опровергнуть…» (А. Чехов).*

**Мейозис** (от гр. meiōsis – уменьшение) – прием, определяемый учеными как противоположность гиперболы, заключающийся в преуменьшении какого-нибудь качества, свойства предмета или явления. Во многих случаях мейозис создается при помощи грамматических средств, например, уменьшительных суффиксов: *идейка, связишки, развратик.*

Усиливая выразительность и изобразительность речи, мейозис выражает оценку − положительную или отрицательную.

Мейозис часто сочетается с гиперболой.

Например: *Кто сейчас оплакал бы* ***мою смертишку***

*В трауре вот* ***этой безграничной смерти****!*

*(В. Маяковский).*

В. П. Москвин рассматривает мейозис как троп, сущность которого состоит в замене слова синонимом, выражающим меньшую степень интенсивности посредством префикса *не-* от соответствующего антонима.

Например: *не блещет умом, не лучшим образом, ее трудно назвать красавицей.*

# ОКСЮМОРОН

**Оксюморон** (от гр. *oxymoron* – «остроумно-глупое») – троп (чаще рассматривается как стилистическая фигура), в основе которого лежит нарушение законов сочетаемости, то есть соединение слов, не сочетающихся друг с другом в традиционном понимании. Часто про оксюморон говорят, что это «сочетание несочетаемого». Замечательный роман Ю. Бондарева о Сталинградской битве называется «Горячий снег».

Ещё пример: *Есть* ***тоска веселая*** *в алостях зари (С. Есенин).*

Основными структурными типами оксюморонных конструкций являются сочетания противоречивых по смыслу слов.

1) Пары, основанные на подчинительных связях:

а) согласовании: *Наступило* ***вечное мгновение*** *(А. Блок).*

б) управлении: *Ты, меня любивший* ***фальшью истины*** *– и* ***правдой лжи*** *(М. Цветаева).*

в) примыкании: ***Нагло скромен*** *дикий взор! (А. Блок).*

2) Пары, основанные на сочинительных связях:

*Ты и убогая, Ты и обильная, Ты и могучая, Ты и бессильная, Матушка-Русь! (Н. Некрасов).*

Следует различать антитезу и оксюморон структурного типа, основанного на сочинении. При разведении данных выразительных средств можно использовать три критерия.

1) Смысловой критерий. Антитеза противопоставляет разные объекты: *Сам толст, его артисты тощи (А. Грибоедов).* Оксюморон представляет противоположные качества одного объекта.

2) Трансформационный критерий. В оксюмороне сочинительная связь легко заменяется подчинительной: *могучая и бессильная Русь – могучая в своем бессилии Русь, могучее бессилие Руси.*

3) Подстановочный критерий. Конструкции, содержащие оксюморон, имеют противительно-уступительное значение, поэтому есть возможность подстановки слов (частиц и устойчивых предложно-падежных сочетаний) с этим значением – таких, как *тем не менее, вместе с тем, в то же время, при этом* и др.: *могучая и бессильная Русь – могучая и в то же время бессильная Русь.*

# АЛЛЕГОРИЯ

**Аллегория** (от гр. *allēgoria* – иносказание) – термин имеет два значения.

1) В искусстве выражение отвлеченной идеи, отвлеченного понятия в конкретном художественном образе.

Например: *Образ женщины с завязанными глазами и весами в руках –* аллегория на правосудие*.*

2) Термин для обозначения тропа – иносказательного образа, основанного на сходстве явлений жизни: связь между значением и образом устанавливается по аналогии или смежности.

Например: *Хоть тяжело подчас в ней бремя, телега на ходу легка; Ямщик лихой, седое время, Везет – не слезет с облучка. С утра садимся мы в телегу; Мы рады голову сломать И, забывая лень и негу, Кричим: «Пошел!». Но в полдень нет уж той отваги; Порастрясло нас, нам страшней И косогоры, и овраги; Кричим: «Полегче, дуралей!». Катит по-прежнему телега; Под вечер мы привыкли к ней. И дремля едем до ночлега. – А время гонит лошадей   
(А. Пушкин).*

Содержание аллегориивключает:

1) поверхностный, «буквальный план» повествования, представленный прямым значением слов;

2) основной, «символический» план, где реализуется основная идея произведения.

Аллегорический образ всегда требует интерпретации. Такую интерпретацию автор предоставляет сделать либо читателю самостоятельно, либо производит сам.

К аллегорическим жанрам традиционно относят пословицу, басню,притчу.

*Определите поверхностный и основной, «символический» план басни Сергея Михалкова.*

Дружки-приятели водились у Федота,

Они и завели товарища в болото.

Он, говорят, идти за ними не хотел,

Да отказаться не посмел…

Как начали дружки тонуть

Поодиночке,

Стал прыгать наш Федот от кочки и до кочки,

И, наконец, допрыгался до точки:

Ему уже ни охнуть, ни вздохнуть –

Засасывает гниль и тянет вниз Федота.

Федот идет ко дну. Федоту жить охота!

Пастух, что в тех местах в то утро стадо пас,

Трясину обходил – искал в лесу ягненка.

Вдруг видит: человек в гнилой воде завяз,

На убыль у него уже идет силенка!

Чтоб жизнь свою от гибели спасти,

Карабкается он из тухлой, ржавой жижи.

К сухому берегу все ближе, ближе, ближе,

За все, что под рукой, хватаясь по пути…

– Держись, Федот! – тут закричал Пастух

И протянул ему свою пастушью палку.

Собрал Федот последний дух,

Собрал Федот всю волю, всю смекалку

И выбрался на берег чуть живой,

Едва не поплатившись головой

За всех своих дружков и за характер свой.

\* \* \*

Когда тебя дружки в болото волокут,

Мозгами шевельнуть не посчитай за труд!

# АЛЛЮЗИЯ

**Аллюзия** (от лат. *аllusio* – намек, шутка) – прием, используемый для

создания подтекста, состоящий в намеке на какой-либо широко известный исторический, политический, культурный, бытовой факт.

Например: *Мы не плохо ведем облаву, –*

*Много немцев*

*У нас в плену.*

*Если кто позабыл* ***Полтаву,***

*Пусть хоть помнит* ***Березину*** *(Н. Ушаков).*

К аллюзии восходят некоторые крылатые выражении.

Например: *Пиррова победа; перейти Рубикон; кануть в Лету*.

Аллюзия как стилистическое явление не имеет однозначной трактовки ни со стороны лингвистического статуса (прием? фигура? троп?), ни со стороны своего понятийного содержания (намек на что?) и часто не разграничивается с близкими явлениями (умолчанием, реминисценцией, цитацией).

Аллюзия,с одной стороны, а реминисценция и цитация, с другой стороны, отличаются по своей основной функции: аллюзия намекает на какой-либо факт (событие, обстоятельство, деятеля), реминисценция и «безадресная» цитата отсылают к какому-либо тексту.

Аллюзиякак намек на широко известный исторический, политический, культурный факт отличается от приема умолчания, состоящего в намеке на любой факт или обстоятельство.

Более детальную информацию об этом трудном для понимания тропе можно узнать из текста статьи, который приводится ниже. Статья написана студенткой факультета иностранных языков в соавторстве со мною и опубликована в сборнике материалов региональной научно-практической конференции «Великое русское слово…».

***О. Попова, рук. А.Х. Никитина***

***(ИФИЯМ ФГБОУ ВО «ИГУ»)***

**АЛЛЮЗИЯ В ЯЗЫКЕ СМИ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

Современная публицистика является обширным полем для исследований, особенно в области лингвистики. Газетно-публицистический дискурс обеспечивает дистантную форму коммуникации между представителями средств массовой информации и широкой аудиторией. В процессе такого общения адресат воспринимает целенаправленный творческий посыл публициста, воздействующего на его сознание и восприятие информации. Автор выбирает определенные модели речевого поведения для достижения успеха. При этом главной целью журналиста является создание такого сообщения, которое будет понятно реципиенту, а читателю важно понять замысел автора и правильно интерпретировать информацию.

Сегодня для достижения коммуникативной задачи авторами публикаций активно используются различные художественные приемы. Кроме традиционных, часто используемых тропов, например метафоры, эпитета, оксюморона и др., в текстах публицистики возрастает популярность аллюзий.

В проведенном исследовании сделана попытка оценить функциональную роль аллюзии в языке СМИ. Анализ примеров показал, что аллюзия в публицистике выполняет следующие функции:

1. Создание эффекта иронии и сарказма

Иронический эффект, который создаётся аллюзией, привлекает читателя и стимулирует его к чтению статьи. Такой эффект создается за счет формального или структурного совпадения с прецедентным текстом, но явного смыслового несовпадения.

а) *«Вундеркинд – хорошо, а оболтус лучше?»* [КП 22 февраля – 1 марта 2017].

Оригинальная пословица звучит так: «Одна голова – хорошо, а две лучше». Модель пословицы в примере сохранена, но различие в семантике очевидно. В статье речь идет о трудной судьбе умных детей, о проблемах, с которыми они неизбежно сталкиваются: это и зависть, непонимание окружающих, ощущение себя «белой вороной». Конечно, гениальный ребенок – гордость родителей, но за такого ребенка приходится переживать больше. Значит, одна голова все-таки лучше?

б) *«Купечество всех стран, соединяйтесь в Москве!»* [ «Аргументы недели» №7 (549), 22.02.2017].

Создана отсылка к одному из самых известных коммунистических лозунгов, авторами которого являются К. Маркс и Ф. Энгельс, «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!» Но значение заголовка статьи диаметрально противоположно значению прецедентного текста: пролетарии и купечество, революция и царская Россия – понятия несовместимые. В статье речь идет о возрождении Московского Купеческого общества, которое было разрушено в годы революции. О многом может сказать следующая фраза из статьи: «В год столетия развала Российской Империи возродим былую славу предков». Таким образом, в заголовке чувствуется саркастичное отношение автора, но не к восстановлению Купеческого общества, а к тем событиям, которые произошли сто лет назад.

1. Создание эффекта узнаваемости и эффекта обманутого ожидания

Такой эффект создается для привлечения внимания читателя. Игра строится на, казалось бы, парадоксальном: ждешь знакомого продолжения, но ожидание обмануто. Как уже было сказано, знакомый текст вызывает определенные ассоциации и делает статью со «знакомым» заголовком интереснее и значительнее.

а) *«Один на всех, и все за рубль»* [КП 22 февраля – 1 марта 2017].

С детства нам знаком девиз мушкетеров, вышедший из-под пера Александра Дюма-отца, «Один за всех, и все за одного!». Речь в статье, конечно, пойдет совсем о другом, но желаемый эффект был достигнут: заголовок вызвал интерес, а значит, статья будет прочитана, отношение автора понятно.

1. Оценка новой информации на фоне существующих культурных ценностей

Все прецедентные тексты так или иначе являются отражением национальной культуры, копилкой знаний народа о мире, о самом себе. По ним можно судить о состоянии народа в определенный период, так как любое событие обязательно оставит след в литературе или музыке, кто-нибудь из авторитетных лиц эпохи обязательно выскажется об этом, и его высказывание может превратиться в крылатую фразу, на которую будут ссылаться потомки. Все это на протяжении существования нации, государства формирует культурные ценности, жизненный опыт народа, к которым и создается отсылка при использовании аллюзии.

а)*«Хорошо забытое новое»* [ «Аргументы недели» №7 (549), 22.02.17].

Создается отсылка к известному высказыванию «Новое – это хорошо забытое старое», афоризм приписывается модистке Марии-Антуанетты, которая употребила его в мемуарах, изданных в 1824 г. Слова эти сказаны по поводу обновленного ею старого платья королевы. Мемуары эти, однако, поддельные. Аналогичная мысль высказывалась и ранее, например Джефри Чосером: “Нет того нового обычая, который не был бы старым”.

В статье автор говорит именно об этом, он пишет об истории модернизации, развитии и преобразовании стран мира по модели Азия – Европа – Азия. «Модернизация неоднократно переносила ту или иную страну из арьергарда цивилизации в авангард и обратно» [там же]. То есть, по мнению автора, все происходящее в мире - это повторение того, что уже однажды случилось. Опираясь на опыт прошлых лет, мы вполне можем предположить дальнейшее развитие событий. Вот она - оценка информации на фоне существующих культурных ценностей.

1. Выражение в образной форме сущности какого-либо явления, описанного в публикации

Суть данной функции состоит в том, чтобы просто выразить главную мысль в небольшом, емком заголовке.

а) *«Будет рыба – будет и суши»* [АиФ №50, 2016].

Узнаем известную русскую пословицу «Будет день – будет пища». Такой заголовок очень удачно описывает ситуацию с Курильскими островами и отношениями России с Японией. За счет использования в новом тексте реалий Японии, ставших популярными и любимыми в России, создается необходимая образность. Кроме того, заголовок звучит так, будто существование полюбившегося россиянам лакомства поставлено под угрозу, а значит, статья обязательно будет прочитана, во всяком случае любителями суши.

1. Эстетическая функция аллюзии

Данная функция предполагает создание поэтического, возвышенного контекста, чаще всего на основе строчек из стихотворений или песен. Она также направлена на создание яркого, оригинального образа с целью не только привлечь внимание читателя, но и вызвать у него определенные чувства: благоговение, гордость, патриотизм и т.д.

а) *«Идет война холодная…»* [ «Совершенно Секретно» № 12 (389), декабрь 2016].

Как видим, в качестве прецедентного текста использована строчка из песни А. Александрова и В. Лебедева-Кумача «Священная война»: «Идет война народная…». Заголовок просто показывает, что речь в статье пойдет об указанном в нем событии, но способ подачи заголовка не лишен поэтичности и образности. К тому же в качестве прецедентного текста использована очень сильная песня, от которой по телу бегут мурашки.

1. Функция риторического усиления речи

Это, как нам кажется, одна из основных стилистических функций аллюзии для придания речи особой экспрессии, выражения отношения автора. В данном случае примеры демонстрируют использование аллюзии с целью воздействия на читателя силой слова.

а) *«Дон Кихот умер, да здравствует Дон Кихот!»* [ «Совершенно Секретно» № 12 (389), декабрь 2016].

Используется известное шутливо-ироничное выражение «Король умер, да здравствует король!». Оно появилось во Франции и использовалось для провозглашения смены королей в связи со смертью одного и вступлением на престол другого. В данном высказывании часто выражается недоверие к смене власти. В очерке под вышеприведенным заголовком речь идет о жизни и творчестве советского и российского актёра театра и кино Владимира Зельдина, скончавшегося 31 октября 2016 года. В его репертуаре была роль Дон Кихота, блестяще им исполненная, как и многие другие роли. Таким заголовком выражается одновременно преклонение перед великим служителем сцены и сомнение в том, что в скором времени появится кто-то, кто столь же гениально будет исполнять эту роль. Это благоговение и сомнение передаются также и читателю, поняв это, мы весь очерк будем воспринимать через призму этих чувств.

1. Демонстрация знаний, убеждений и остроумия автора

В этом случае аллюзия направлена на то, чтобы развлечь читателя, заставить его улыбнуться, но при этом отразить реалии современного мира на фоне уже существующего опыта, а также выразить собственное отношение автора через шутку.

а) *«Приключения Дональда Трампа в России»* [ «Совершенно Секретно» № 12 (389), декабрь 2016].

Автор намекает на комедию Эльдара Рязанова «Невероятные приключения итальянцев в России». Избрание Дональда Трампа президентом США подняло бурю неоднозначных эмоций по всему миру, да и отношение к нему у разных людей разное. В России, странах СНГ, Европы, да и в самой Америке даже появилось немало шуток в связи с этим событием. Подобный заголовок вполне можно отнести к одной из таких шуток, журналист так же, как и многие другие, не без юмора отнесся к произошедшему в политике США.

б) *«Я Ждуна слепила из того, что было»* [КП 22 февраля – 1 марта 2017].

В песне Алёны Апиной «Узелки» есть строчка «Я его слепила из того, что было», именно к ней создаётся отсылка. Ждун – это скульптура голландской художницы Маргрит ван Брифорт, которая установлена рядом с детской больницей как символ ожидания очереди на прием к врачу. Эта скульптура стала хитом российского интернета и объектом многочисленных шуток. Но если в России «одержимость» Ждуном заразила только Интернет, и надо сказать, что теперь она уже пошла на спад, то в других странах мира, например в Японии, о которой и шла речь в заметке, такую скульптуру лепят из самых необычных материалов, что попадаются под руку. Читая такой заголовок, русский человек обязательно вспомнит продолжение песни: «…а потом что было, то и полюбила», – и обязательно улыбнется.

Можно предположить, что такие «остроумные» заголовки все-таки больше адресованы молодой публике, которая газет практически не читает. Журналисты всяческими способами пытаются привлечь подрастающую аудиторию, и одним из таких способов является аллюзия-шутка, понятная юному читателю.

Таким образом, использование аллюзии в СМИ предполагает не только реализацию определенных стилистических функций, но и решение практических задач, прежде всего задачу привлечения внимания читателя. Кроме того, аллюзия помогает сказать многое лаконично и экспрессивно.

Очевидно, мы выделили далеко не все возможные функции аллюзии, а только те, которые выявлены в собранных нами примерах. Дальнейшая работа в этом направлении позволит более подробно рассмотреть функционирование аллюзии в публицистических текстах.

*Список использованной литературы*

*1. Берков, В.П., Мокиенко, В.М., Шулежкова, С.Г. Большой словарь крылатых слов русского языка: Около 4000 единиц / В.П. Берков, В.М. Мокиенко, С.Г. Шулежкова. – М.: Издательство «Русские словари», ООО «Издательство Астрель», ООО «Издательство АСТ», 2000. – 624 с.*

*2. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. - М., 2008. 144 с.*

*3. Москвин, В.П. Цитирование, аппликация, парафраз: К разграничению понятий / В.П. Москвин // Филологические науки. - № 1. – 2002. – С. 63-70.*

*4. Пермяков, Г.Л. 538 русских народных изречений с усеченной второй частью или окончанием / Г.Л. Пермяков. – М., 1971.*

*5. Фатеева, Н.А. Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности. Изд. 3-е, стереотипное / Н.А. Фатеева. – М., 2007. – 280 с.*

*6. Фразеологический словарь русского языка. Свыше 4000 словарных статей. Коллектив авторов: Войнова, А.А., Жуков, В.П., Молотков, А.И., Федоров, А.И. Изд. 4-е, стереотипное. / Под ред. А.И. Молоткова. – М., «Русский язык», 1987. – 543 с.*