



## Проблемы трансляции речевых традиций в сфере официальной коммуникации

**Аннотация.** Общеизвестно, что речь репрезентирует мышление человека, его систему ценностей и нравственных норм. В процессе социального взаимодействия имитационные механизмы часто работают независимо от сознания транслятора и реципиента, поэтому преподаватели, журналисты, юристы, чиновники должны демонстрировать соблюдение традиционных речевых норм и ценностное отношение к языку. Автор отмечает снижение уровня речевой культуры в сфере официальной коммуникации и предлагает начинать школьный курс с изучения основ культуры устной речи.

**Ключевые слова:** снижение уровня культуры речи, имитационный механизм трансляции, культурная травма 90-х годов, бизнес-образование, имидж, речевые ошибки в деловой коммуникации.

В настоящее время исследователи выделяют три основных механизма трансляции знаний: семиотический, имитационный, интерактивный. Последний термин не так давно функционирует в методике преподавания, а сам способ предполагает одинаково заинтересованное взаимодействие субъектов учебного процесса с акцентом на практическом получении знаний. Семиотический механизм основан на трансляции посредством знаков и знаковых систем. Имитационный механизм, на котором традиционно строится образовательный процесс, использует принцип «от учителя – к ученику» или «делай, как я». В трансляции речевой культуры, знаний о языке и его функционировании используются все указанные механизмы, но имитационный занимает особое место, т. к., начиная с первых дней жизни, ребенок учится говорить, подражая окружающим взрослым. В этом смысле все общество является «учителем» для каждого. В имитационном методе выделяют игровые и неигровые способы трансляции. При реализации последних встает вопрос об отборе транслируемых единиц знания, о степени ответственности личности за собственное речевое поведение и использование языковых средств.

В практике преподавания в ННГУ им. Лобачевского имитационный способ реализуется, в частности, в виде визуального представления образцов деятельности: открытые уроки и мероприятия, обучающие семинары, наставничество, мастер-классы. Парадокс заключается в том, что сколь бы настойчиво школьные и вузовские педагоги не старались распространять языковую грамотность, уровень культуры речи в обществе неуклонно снижается, а уровень толерантности к ошибочному, грубому, нецензурному речевому поведению растет. Язык (в данном случае русский) подвергается забвению, искажению и небрежному использованию в речи. В то же время ученые характеризуют статус-кво как «взрыв коммуникаций», и язык как основное средство коммуникации изучается все глубже. Значительно расширился круг языковых дисциплин, изучающих речь в социальном и психологическом аспектах: русский язык, культура речи, риторика, функциональная стилистика, речевой этикет, прагматика, деловое общение, психолингвистика, социолингвистика, лингвистика текста, теория речевой коммуникации, психология общения и т.д. Предмет «культура



речи», введенный не так давно во все вузы страны, является основой, общим базисом для них. Возьмем на себя смелость утверждать, что школьный курс изучения языка целесообразно начинать с изучения основ культуры речи. С молодых ногтей учить грамотному и культурному речевому поведению, общению, речемыслию, доводить до автоматизма этикетные речевые навыки. Обучение речи – это обучение мышлению. Только на этой основе возможно изучение других наук. **Культура речи** – это национальный научный термин, введенный в научный обиход Г. О. Винокуром, В. В. Виноградовым, С. И. Ожеговым. Впоследствии наука разрабатывалась такими известными лингвистами, как Д. Н. Ушаков, Л. В. Щерба, О. С. Ахманова, В. Г. Костомаров, А. А. Леонтьев. К сожалению, основу образовательных программ по данной дисциплине составляет учение о нормах речи. На наш взгляд, для формирования высококультурной языковой личности независимо от специальности к изучению норм речи необходимо добавить основы теории коммуникации, стилистику и ораторику. Человек как высокообразованный представитель своей национальной языковой культуры, как эффективный коммуникатор – вот что видится целью преподавания предмета. Негативной тенденцией также представляется распространение в обществе мнения, что грамотность, знание грамматики языка является сейчас менее важным, чем развитие коммуникативных умений. Полагаем, что и то, и другое одинаково важно, одно без другого неэффективно.

Если обозначить уровень языковой культуры как высокий, средний или низкий, то постсоветский период, безусловно, характеризуется последним определением. Самые главные причины такого падения – «культурная травма» 90-ых годов, непродуманные реформы образования последних лет и негативное влияние средств массовой информации. «Поведенческая революция, произведенная на стыке тысячелетий, – считают С. Антонова и А. Мурашов, – навязала социуму новые языковые знаки новой ментальности и нового поведения, привела к смене языкового сознания и типа языковой личности. Изменения... охватывают термоядерным пожаром не только отдельные звенья (лексику или словообразование), но и языковые уровни как целые системы» [1].

Новый тип языковой личности характеризуется, по нашему мнению, непризнанием языка как реальной ценности. «Демократическую опрощённость» нового стиля речи, «соответствующего, по мнению создателей (под которыми понимаются работники СМИ), новому стилю жизни и новой идеологии» отмечает и В. Аннушкин [2].

В этой связи проблемой представляется не столько вопиющая безграмотность очень большой части населения России (автор регулярно убеждается в этом и в процессе преподавательской практики, и при проверке работ ЕГЭ), сколько несформированность ценностного отношения к языку, которая в дальнейшем будет тормозом для изменения статус-кво.

Понятно, что речевой имидж отдельной личности находится в прямой зависимости от уровня культуры в обществе. Для низкого речевого имиджа в числе прочего характерны монокультурность (невнимание, низкая восприимчивость к иным культурным слоям и национальным культурам); неиллюстративность речи (отсутствие культурной, литературной либо исторической аргументации в речи); «канцелярит» как способ речевого мышления и выражения мысли в деловой речи, большая доля инвективной, грубой лексики, высокая степень агрессивности речи, стилистическая и орфоэпическая неряшливость, высокий уровень лживости в содержании высказываний и пр.

Возникает вопрос, насколько мотивированы носители языка на грамотное речевое поведение, на изучение его грамматики и коммуникативных законов, на транс-



лению традиционных норм. Даже работники сфер повышенной речевой ответственности (преподаватели, журналисты, политические деятели) не отличаются абсолютной грамотностью речи и далеко не всегда озабочены совершенствованием своего речевого имиджа. Виктор Черномырдин приобрел дополнительную известность и как автор неграмотных по форме, но метких по содержанию высказываний, ставших афоризмами, и это стало яркой особенностью его речевого имиджа. Но чаще всего ошибки производят отталкивающее впечатление и рожают недоверие к профессионализму говорящего. Особенно важно это в сфере бизнеса и бизнес-образования, где неправильное речевое поведение ведет к нарушению коммуникации. Как пишет профессор С. Ермаков, «культура предпринимательства направлена на уважительное отношение к человеку-потребителю... В культуре предпринимательства переплетаются два важных начала человеческого бытия. Одно связано с развитием деловых качеств..., другое – с накоплением гуманистического потенциала личности, её ориентацией на общечеловеческие ценности» [3]. Небрежное отношение к языку внушает людям мысль о допустимости подобного рода речевого поведения в официальной сфере, о необязательности соблюдения элементарных грамматических и речевых норм в деловой коммуникации. Доходит до того, что даже в названии официальных учреждений допускаются грубые грамматические ошибки (пример 1 из нижеприведенной таблицы). Остальные примеры взяты из высказываний известных людей и публикаций в прессе и на телевидении (табл. 1).

Таблица 1

## Примеры нарушения речевых норм в официальной коммуникации

№	Источник	Допущенное нарушение речевых норм	Выходные данные	Корректный вариант
1	Начальник отдела по управлению и использованию памятников Нижегородской области	Название: «Федеральное агентство по управлению и использованию памятников истории» (неправильное построение словосочетания: ошибка в управлении)	т/к «Волга», Новосты, 10.06.13, 18:08	«Федеральное агентство по управлению использованием памятников» или «Агентство по сохранению и использованию памятников»
2	Олег Сорокин, мэр Нижнего Новгорода	«Я пообщался с Кобзоном. Он сказал: «Молодой человек, стыдно! Стыдно нам, ветеранам сцены, выступать на таких площадках. Мне даже РУКИ УМЫТЬ негде» (о сцене в к/з «Юбилейный»): деформирование фразеологического оборота	т/к «Волга», программа «Послеловие», 27.05.13; 08:32	Вымыть руки, т. к. фразеологизм «умыть руки» имеет значение «уйти от ответственности»
3	Артем Тарасов, известный предприниматель, долларовый миллионер	Я изобрел магнитные гаджеты по фэн шую	т/к «Успех», 9.06.13; 23:00	Фэн шуй пишется в два слова без дефиса и не склоняется
4	Работник УВД Сюжет о гастарбайтерах в общепитии	«Не обошлось без небольших эксцессов. Эксцессы заключались в закрытых дверях» (пженаучность, канцелярит)	т/к «Россия», программа «Вести»	Не обошлось без небольших эксцессов. Полицейские наткнулись на закрытые двери
5	Сайт газеты «Протестант»	Заголовок: «Суд признал незаконной сделку Сердюкова по продаже Дерипаски берега Финского залива»	14.03.13	Мужские фамилии на –А склоняются, в дат. падеже: ДерипаскЕ



№	Источник	Допущенное нарушение речевых норм	Выходные данные	Корректный вариант
6	Борис Куприянов, известный предприниматель в сфере книжного бизнеса; ведущая программы	«и прочая маркетинговая хрень» (сознательное использование грубой лексики); «как Вы говорите, «и прочая маркетинговая хрень»» (ведущая повторяет слова гостя передачи)	т/к «Успех», программа «Теорема» 17.06.13; 8:25	Нарочитое использование грубой лексики в телепередаче, ведущий которой тоже несет за это ответственность
7	Ведущая программы «Теорема»	«По поводу локейшн добавьте что-нибудь?» (немотивированное использование заимствований)	т/к «Успех», программа «Теорема» 17.06.13; 8:25	«По поводу места размещения магазина...»
8	Саша Карепина, ведущая программы «деловая переписка»	Произношение [бизн'эс] – орфоэпическая ошибка	т/к «Успех», сюжет о по деловой переписке 17.06.13; 13:50	По современным орфоэпическим нормам – [бизнэс]
9	Ведущая, диктор и героиня передачи «Простить... понять...»	– Алефтина <i>доставала</i> мужа разговорами о ребенке. – «Как поможет решению проблемы то, что Вы будете <i>доставать</i> мужа разговорами о ребенке?» – неоправданное употребление жаргонного слова	т/к «1 канал», передача «Простить... понять» 17.06.13; 14:30	Следует применить литературные синонимы к «доставать», лишённые грубой и низкой стилистической окрашенности – раздражать, надоедать, настойчиво требовать, испытывать терпение и т. п.
10	1-ый канал ТВ, Анонс «Новостей»	«Жесткая критика президента»	16.07.13; 15-50	Двузначность: президент критикует или президента критикуют. Более распространена вторая конструкция, хотя в данном случае имелось в виду первое
11	Т/к «Россия», включение местной телекомпании Нижнего Новгорода	Титры к официальной информации: «прямая линия по вопросам НЕКОМЕРЧЕСКИХ организаций»	17.07.13; 8-30	коММерческий

Примерам несть числа (сюда же можно отнести и знаменитое «мочить в сартире», и «не кошмарьте бизнес» и пр. высказывания высоких государственных чиновников). И если нарушение грамматических норм в речи публичных людей – просто результат безграмотности, то сознательное нарушение этических норм речи специалистами недопустимо. Ведь оно продиктовано желанием снизить уровень официальности, создать более доброжелательную атмосферу в студии, приблизиться к разговорной речи, и потому воспринимается слушателями с готовностью и как образец для подражания. Таким образом и формируются нормы, задается уровень речевой культуры в обществе. Отмечая высокую степень влияния СМИ на речевую культуру общества, считаем необходимым узаконить ответственность людей, выступающих публично, за свое речевое поведение.



Кроме того, особенностью современного периода является высокая степень объединенности подростков глобальной сетью, что порождает у молодых высокую степень общности своего опыта, недоверие к опыту «отцов» и усиливает разрыв со старшим поколением. Пытаясь преодолеть этот разрыв, старшее поколение приходит к необходимости реализации префигуративной культуры, что особенно характерно для системы школьного и вузовского образования и сферы бизнеса. Немолодые педагоги в школе и вузе, бизнес-тренеры, предприниматели, продавцы и работники сферы услуг намеренно использует молодежный стиль (жаргонную лексику, особый синтаксис) в общении со студентами и клиентами, что, в общем, часто оправдано ситуацией, если соблюдается мера и не происходит нарушения нравственных норм.

Итак, имитационный механизм трансляции знаний обеспечивает передачу материала, который невозможно формализовать; трансляцию образцов деятельности одновременно нескольким пользователям с целью повторения практики, подражания, создания «эффекта заражения». Степень эффективности способа зависит от множества дополнительных факторов (уровня развития и мотивации реципиентов, в частности). Но главным остается вопрос о том, ЧТО транслировать: КАКИЕ нормы речи и речевого поведения носители языка передают от поколения к поколению.

## Ссылки на источники

1. Антонова С., Мурашов А. Ответы риторики на вызовы нового времени // Риторика и культура речи в современном информационном обществе: Материалы докладов участников XI Международной научно-методической конференции. Ярославль–Москва, 29–31 янв.2007 г. – Ярославль, 2007. – С. 32.
2. Аннушкин В. Предмет русской риторики в составе современного научного знания // Риторика и культура речи в современном информационном обществе: Материалы докладов участников XI Международной научно-методической конференции. Ярославль–Москва, 29–31 янв.2007 г. – Ярославль, 2007. – С. 28.
3. Ермаков С. А., Ермакова Е. В. Философия бизнеса в культуре предпринимательства // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2013. – № 6 (32): в 2-х ч. Ч.II. – С. 63.

**Ladilova Marina,**

*Candidate of Philology, Associate Professor, Department of culture of entrepreneurship Nizhny Novgorod State University, Nizhny Novgorod*

[Ladilovamv@mail.ru](mailto:Ladilovamv@mail.ru)

## Problems broadcast voice of tradition in the field of official communication

**Abstract.** It is common knowledge that it represents a person's thinking, its system of values and moral standards. In the process of social interaction simulation mechanisms often work independently of the consciousness of the translator and the recipient, so the teachers, journalists, lawyers, officials should demonstrate compliance with the norms of traditional voice and value relationship to language. The author notes the decline in voice culture in official communications and offers to start school course to learn the basics of speech culture.

**Keywords:** reducing the culture of speech, copying mechanism of translation, cultural trauma 90s, business education, image, speech errors in business communication.

ISSN 2304-120X



9 772304 120135

## Рекомендовано к публикации:

Горевым П. М., кандидатом педагогических наук, главным редактором журнала «Концепт»