



УДК 808.51

Абикенова Гульнат Токеновна

доктор филологических наук, Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет, г. Семей

e-mail: raushan73.73@mail.ru

Кабышева Раушан Бактыбаевна

докторант, Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет, г. Семей

e-mail: raushan73.73@mail.ru

КУЛЬТУРА РЕЧИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Бұл мақалада Қазақстандық теледидарда заманауи теледидарлық сөйлеу жағдайлары қарастырылады. Заманауи әлемде адамзат дамуының бірнеше онжылдықтарда дамыған кезде, қоғамның сөйлеу мәдениетінде проблема пайда болды. Басқаша айтқанда, бұрын халықтың шағын пайызына тән сауатсыздықтың көпшілігін игерді. Журналистика саласында қиындықтар туындады. Бұрыңғы кезде саясаткер, дипломат, мұғалім, журналист сияқты мамандар жоғары білімді адам деп саналды, сонымен бірге бәрі де мінсіз сөйлеу мәдениетіне ие болды.

***Түйін сөздер:** мәдениет, сөйлеу, стиль, тіл, медиа, журналист*

Данная статья рассматривает состояние современной телевизионной речи на казахстанском телевидении. В современном мире, когда технологии опередили развитие человека на несколько десятков лет, возникла проблема в речевой культуре общества. Другими словами, безграмотность, которая раньше была присуща небольшому проценту населения, овладела большей его частью. Трудности появились и в сфере журналистики. Долгое время, журналист, как и политик, дипломат, преподаватель, считался человеком крайне образованным плюс ко всему, владел безупречной речевой культурой.

***Ключевые слова:** культура, речь, стиль, язык, средства массовой информации, журналист*

This article examines the state of modern television speech on Kazakh television. In the modern world, when technologies outstripped human development for several decades, a problem arose in the speech culture of society. In other words, illiteracy, which was previously inherent in a small percentage of the population, has mastered most of it. Difficulties appeared in the field of journalism. For a long time, a journalist, like a politician, diplomat, teacher, was considered a highly educated person and possessed an impeccable speech culture.

***Keywords:** culture, speech, style, language, media, journalist*

В современном обществе средства массовой информации во многом определяют языковую, социально-психологическую и культурную ситуации. Нет сомнения в том, что, прочно войдя в жизнь человеческого общества, СМИ оказывают влияние на строй мышления и стиль мировосприятия людей, на тип современной культуры. Известно, что язык СМИ относят к

одной из основных форм языкового существования. Именно анализ текстов массовой коммуникации позволяет делать выводы относительно языковой компетенции говорящих и тех тенденций в развитии литературных языков, которые наблюдаются в данный период.

Обладая высоким престижем и самыми современными средствами распространения, язык СМИ выполняет в «информационном обществе» роль своеобразной модели национального языка, он активно воздействует на литературную норму, языковые вкусы и предпочтения.

Язык СМИ играет важную роль, как в распространении языка, так и в повышении грамотности населения, но вместе с тем в газетах и на телевидении нередко мы наблюдаем большое количество ошибок. Фонетические изменения ярко характеризуют речь в эфире и на экране. Повысился темп речи. Усилилась звуковая редукция, то есть количественное и качественное изменение безударных звуков. Пришли в электронные СМИ такие фонетические явления, которые ранее характеризовали только те или иные диалекты, а не публичную, не литературную речь. При произнесении слов и фраз «выбрасываются» звуки и целые слоги.

Ещё одной особенностью языка СМИ является использование заимствований из иностранных языков. Известно, что в 80-е годы XX века с развитием экономики нового типа появилось огромное количество иностранных слов, в основном англо-американского происхождения. Среди них:

а) экономические термины (маркетинг, менеджмент, брокер, дилер, бартер);

б) политические термины (рейтинг, импичмент, электорат, консенсус);

в) названия понятий из бытовой сферы (сникерс, херши, кола; бермуды, гетры, лосины);

г) речевые формулы (о'кей, ноу-проблем, фифти-фифти, вау!). В настоящее время общепотребительными стали такие слова, как эксклюзивный, прайс-лист; популярны названия наших магазинов: шопы, бутики, литтл-бар, супермаркет, мини-маркет.

Названия отдельных телевизионных передач звучат на иностранном языке: «Телемикс», «Бомонд», «Ревю», «Шоу», «Анилаг».

Можно привести в пример рекламы: «Сникерсни в своем формате!», «Чупсуйтесь вместе с нами!» или надписи в гостиницах: «Орен на себя», «Ключи на ресепш».

Высокий уровень речевой культуры — неотъемлемая черта современного человека, не следует допускать ошибок в произношении, в употреблении форм слов, в построении

предложений, однако добиться этого достаточно сложно в нынешней ситуации, когда СМИ, оказывающие значительное влияние на культуру речи общества, столь далеки от норм.

Сейчас большинство корреспондентов, ведущих программ совершают ошибки в эфире, при этом полагают, что так и должно быть. Что же такое «культура речи»? Культура речи – это множество качеств, которые наилучшим образом воздействуют на респондента (адресата) с учетом определенных обстоятельств. Сюда относятся: разнообразие языка, чистота, логичность, точность и выразительность [1; с. 64]. Речевая культура – понятие, которое не ограничивается одним определением – это целое семейство составляющих, значение которых не может быть заключено в рамки «правильно-неправильно». Поэтому, ее можно повысить, изменить или отрегулировать, чтобы в дальнейшем, в процессе речевого общения помочь сформировать у зрителя точное понимание слов. Основой культуры речи принято считать литературный язык. Это понятие представляет наивысшую форму любого национального языка. Выделяют пять признаков литературного языка: обработанность, устойчивость, обязательность для носителя данного языка, нормированность и наличие функциональных стилей [1; с. 65]. Для анализа культуры речи тележурналистов, использовался один из признаков – функциональный стиль. Именно он, позволяет проследить, насколько у журналиста богат словарный запас, и уместно ли употребляются те или иные слова в эфире. Взаимодействие корреспондента и зрителя происходит в коммуникативной системе – это связь двух и более партнеров, в процессе осуществления которой передается сообщение от одного партнера к другому, в результате чего, действия партнера, получившего сообщения, могут измениться [2; с. 8]. Выделяют четыре вида функционального стиля языка: научный, официально-деловой, газетно-публицистический, разговорно-обиходный. Считается, что в речи журналиста наиболее применимы официально-деловой и газетно-публицистический стили, но в последнее время все больше в новостных сюжетах появляется 164 лексический набор из разговорно-обиходного стиля. К примеру, такие слова, как «переделка», «потеха», «плакаться», «ахнули» и т. Д. [3]. Большую роль играет направление того

или иного телеканала. К примеру, казахстанский канал КТК – новости и речь корреспондентов написана наиболее простым языком (употребление нейтральных слов: идти, заверяют, проходить и т. Д.), наличие различных оборотов речи и фразеологизмов (быть в шоке, открестились, забрать у одних – отдать другим), а также, основной поток репортажей окрашен экспрессивно – эмоциональной лексикой. Что касается телеканала «Хабар», новости в основном предоставлены либо нейтральными словами, либо официально-деловой лексикой. Редко встречаются репортажи с оценкой и экспрессией, практически не используются фразеологизмы и другие обороты речи [4]. Для сравнения: «...Вот так просто герой видео развеял самые страшные опасения пациентов. Получается, что в больницах зачастую приходится переплачивать за лишние анализы! Рядовые граждане в шоке. А вот медики со стажем совсем не удивляются. Даже добавляют: что “крутить больных” можно и с помощью лекарств. Так отрабатываются договоренности с аптеками» (26.01. 2017. Новости КТК). Или: «Постамент легендарному защитнику полуразрушен – это видно даже невооруженным глазом. Облицовочная плитка почти вся осыпалась. Памятник Кабанбай батыру стоит на привокзальной площади и всегда был визитной карточкой города. Тут даже культурные люди аккуратно подбирают слова. Чтобы не выругаться!» (2017. 26 янв. Новости КТК). Здесь имеются и восклицания, и слова из разговорно-обиходной лексики (ахнуть, выругаться), и речевые обороты («крутить больных»). На телеканале «Хабар» новости представлены по другому: «...Настроение, естественно, сегодня у всех праздничное, а в особенности у тех, кому выпала честь пробежать свою дистанцию с факелом. Всего было отобрано 60 факелоносцев, эстафета разделена на два этапа...» (2017. 27 янв. Новости «Хабар») или «...По итогам в общегородской акции “Активный гражданин”, направленной на эффективное выстраивание взаимосвязи с населением Астаны, приняли участие 850 горожан. Вместе с тем количество устных обращений составило 934, в то время как число письменных обращений от граждан достигло 1143...» (2017. 27 янв. Новости «Хабар»). Здесь наблюдается более официальная подача, отсутствие разговорной и эмоциональной лексики, но имеются слова из

нейтрального словаря (приняли, отобрана, разделена). Таким образом, можно подвести небольшой итог: тексты (речь журналиста) телеканала «Хабар» наиболее приближены к стандартам подачи новостной информации на телеэкраны. Что касается новостей телеканала КТК, то здесь наиболее простой язык употребления, который используют корреспонденты. Общая черта у обоих агентств (как и у всех каналов в мире) – это применение стилистически нейтральной лексики, которая разъясняет новость каждому зрителю, вне зависимости от направления и вещания телеканала.

В средствах массовой информации, к сожалению, нередко встречаются нарушения языковой нормы. Так, к лексико-стилистическим погрешностям относится незнание особенностей лексической сочетаемости слов в русском языке. Например: «Ухудшается уровень жизни народа» (правильно: «Снижается уровень жизни народа»). Неверно составлено и предложение: «Чтобы улучшить криминогенную обстановку в городе, правоохранительные органы работают в усиленном режиме» (криминогенный – способствующий совершению преступления). Правильно: «Чтобы изменить криминогенную обстановку в городе...» или «Чтобы улучшить общую обстановку в городе...».

Наблюдается тенденция к ослаблению падежных функций. Например, случаи неправильного выбора падежа: подтвердил о своём намерении, стратегия об уничтожении (Ср.: подтвердил своё намерение, стратегия уничтожения).

Предлоги «благодаря», «вопреки», «согласно» требуют после себя имени существительного или местоимения в дательном падеже. Однако наблюдаются неоднократные нарушения этой нормы в СМИ. Например, «Согласно указа президента мероприятие переносится на более поздние сроки...» (правильно: согласно указу); «Вопреки предостережения ребенок пошел к воде...» (правильно: вопреки предостережению). Подобная ситуация складывается в результате незнания элементарных правил грамматики.

Самое большое количество речевых погрешностей встречается при употреблении имени числительного. В приведенных далее примерах ошибки объясняются именно незнанием особенностей склонения слов этой

части речи: «Вчера еще в области было около триста камер» (правильно: «около трёхсот»). «Операции будут проводиться пятидесятью процентами акций холдинга» (правильно: «с пятидесятью процентами»). «Более восемьсот тысяч пенсионеров могут жить теперь достойно» (правильно: «более восьмисот тысяч пенсионеров...»).

Не всегда верно употребляются СМИ и числительные «оба» (муж.р.) и «обе» (жен. Р.). Например: «Введение другой валюты (кроме рубля) пагубно для обеих стран» (правильно: «для обеих стран»).

В качестве синтаксической ошибки следует назвать нарушение норм управления, например: закон предусматривает о том... (правильно: закон предусматривает, что); утверждает о том...(правильно: утверждает, что...) и т.п.

Речь может искажаться неправильным выбором того или иного слова.

Часто обращает на себя внимание неправильное расположение слов. Например, предложение начинается со слов «в этой связи» («В этой связи хочется вспомнить и о недавних событиях»). Чаще всего это словосочетание употребляется, когда в тексте не указано ни на какую связь предыдущего с последующим. Правильно:

«В связи с этим...». Благодаря такому сочетанию слов и устанавливается связь между

уже сказанным и тем, о чем будет идти речь в дальнейшем.

Бывает так, что с точки зрения лексики и грамматики предложение построено правильно, но расположение слов таково, что смысл высказывания искажен. Это так называемые логические ошибки. Например: «Артисту приходилось многое объяснять» (артист объясняет или ему объясняют?); «Упустил мяч вратарь, но добить его было некому» (добить мяч или вратаря?); «Город обеспечивает молочными продуктами комбинат в Костанае» (город даёт продукты для комбината или наоборот?).

Искажают речь орфоэпические ошибки. Например: средства (правильно: средства), языковой вуз (правильно: языковой) и др.

Между тем, хотелось бы безукоризненно грамотной художественной речи. Ибо культура речи в средствах массовой информации – одна из главных характеристик, определяющих профессиональный уровень телевизионных и радиопередач, их публицистическую и художественную полноценность. Средства массовой информации в значительной степени определяют нормы языка и общения, и тем более велика их ответственность за то, чтобы эти нормы отвечали лучшим культурным традициям.

Список использованной литературы

1. Введенская Л. А. Риторика и культура речи / Введенская Л. А., Павлова Л. Г. – Ростов на Дону, 2012. – С. 64, 65. 165
2. Жинкин Н. И. Язык. Речь. Творчество. – Москва, 1998. – С. 8.
3. Телеканал «КТК» [Электронный ресурс]. – URL <http://www.ktk.kz/ru/news>
4. Телеканал «Хабар» [Электронный ресурс]. – URL <http://khabar.kz/ru/news>
- И. В. Троф
5. Гаузенблас К. Культура языковой коммуникации. – М.: 2002.
6. Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. – М., 2002.

Абикенова Гульнат Токеновна

Лауазымы: филология ғылымдарының докторы, профессор міндетін атқарушы, Қазақ инновациялық гуманитарлық-заң университеті, Семей қ.

Пошталық мекен-жайы: 010008, Қазақстан Республикасы, Семей қ., Байтурсынов көшесі 4/20

Ұялы. Тел: +7 7782470907

Кабышева Раушан Бактыбаевна

Лауазымы: 1 курс докторанты, Қазақ инновациялық гуманитарлық-заң университеті, Семей қ.

Пошталық мекен-жайы: 010008, Қазақстан Республикасы, Семей қ., Тельман көшесі 116

Ұялы. Тел: +7 7771628822

Бұқаралық ақпарат құралдарындағы сөйлеу мәдениеті

Абикенова Гульнат Токеновна

Должность: доктор филологических наук, и.о профессора, Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет, г.Семей

Почтовый адрес: 010008, Республика Казахстан, Семей, ул.Байтурсынова 4/20

сот. Тел: +7 7782470907

Кабышева Раушан Бактыбаевна

Должность: докторант 1 курса, Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет, г. Семей

Почтовый адрес: 071400, Республика Казахстан, г. Семей, ул. Тельмана, дом 16,

сот.тел: +7 7771618822

Культура речи в средствах массовой информации

Abikenova Gulnat Tokenovna

Position: Doctor of Philological Sciences, Kazakh Humanitarian Juridical Innovative University, Semey

Mailing address: 071400, Republic of Kazakhstan, Semey city, Telman street, 116

mob.phone+7 7782470907

Kabyшева Раушан Бактыбаевна

Position: doctoral student, Kazakh Humanitarian Juridical Innovation University, Semey

Mailing address: 071400, Republic of Kazakhstan, Semey city, Telman street, 116

mob.phone+7 7771618822

Culture of speech in the media