

улучшать экономические показатели, укреплять свою финансовую независимость.

Несмотря на то, что в России институт связей с общественностью долгое время практически не развивался, современный этап демонстрирует положительные тенденции в виде повсеместного внимания к данному институту государственной власти. Во многих вузах страны осуществляют подготовку специалистов по связям с общественностью. Данная сфера деятельности показывает хорошую динамику развития, и можно с уверенностью сказать, что в дальнейшем институт связей с общественностью будет играть достаточно важную роль в управлении социальными процессами, а также оказывать значительное влияние на российскую политическую культуру, экономику, духовную жизнь общества.

Список литературы:

1. Вуйма А. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только. – СПб.: БХВ-Петербург, 2005. – 224с.
2. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / Е.В. Сибирская, О.А. Строева, Е.В. Симонова. – Орел: ООО «Научное обозрение», 2015. – 144 с.
3. Пониделко А.В., Лукашев А.В. Черный PR как способ овладения властью или бомба для имиджмейкера. – СПб: Бизнес-Пресса, 2000. – 176 с.
4. Сысоева Е.Н. Правовые аспекты светского образования в Российской империи в XIX веке // Современное общество и право. – 2014. – № 4 (17). – С. 32-36.

Хабалев Станислав Александрович,

*студент 1 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: stasikxiii@mail.ru*

Научный руководитель:

Симонова Евгения Владимировна,

*к.э.н., доцент кафедры истории, философии, рекламы и связей с общественностью
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: jezzi@mail.ru*

УДК 81'271.2

Виленская Е.В.

СМИ И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Данная статья посвящена вопросам влияния средств массовой информации на культуру русской речи. В ней рассматриваются как положительные, так и отрицательные стороны воздействия СМИ на культуру речи. Поднимается вопрос о современном вмешательстве СМИ в культуру речи.

Ключевые слова: СМИ (средства массовой информации), культура речи, телевидение, радио, диктор, разговорная речь, коммуникация.

Культура речи – это и есть показатель культуры как одного человека, так и в целом всего общества. В средствах массовой информации культура русской речи определяет профессиональный уровень, публицистическую и художественную полноценность телевизионных и радиопередач. Сейчас, к сожалению, чаще всего дикторы, ведущие теле- и радиопередач забывают о правильном произношении слов по причине низкого владения культурой русской речи [3].

Во времена СССР на Всесоюзном радио и центральном телевидении к отбору претендентов на должность диктора строго относились, существовала разработанная система для повышения языковой квалификации, осуществлялся контроль за речью в эфире. В настоящее время важное в этом деле упущено – лишь на некоторых теле- и радиоканалах речи ведущих уделяется должное внимание.

На современном этапе языковое развитие попадает под влияние двух конфликтующих

сил: во-первых, отчетливо видна активная тенденция воздействия на норму литературного языка со стороны освобожденной возможности разговорной речи, которая начинает поступательное движение в массовое общение, в публичную сферу. И данная сила держится за процессами массового внедрения иностранных слов из-за вхождения России в общемировую экономическую, культурную, политическую систему. Во-вторых, существует менее замечаемое нами влияние на нормы литературного языка и языковые стандарты государственного языка времен тоталитаризма.

В результате, мы имеем дело со снижением уровня использования культурно-речевого языка в СМИ, которое обычно отражается на «состоянии» русского языка, повседневной языковой жизни человека и общества в целом.

Работа по повышению культуры речи может быть единственным противоядием такой тенденции. Точка, где пересекается наука и жизнь, называется культурой речи. Языковая наука встречается с существованием русского человека, с повседневным языком.

Есть возможность полагать, что в настоящее время, когда языковая свобода подменяется языковой распушенностью, необходимо уделить внимание русской культуре речи в печати, на телевидении и радио.

Средства массовой информации разделяются на аудиальные (радио), аудиовизуальные (телевидение, документальное кино), визуальные (периодическая печать). Несмотря на существующие между ними различия, СМИ объединяются в единую массовую систему коммуникации из-за особой структуры коммуникативного процесса и общности функций.

Обычно выделяют следующие функции СМИ [5]:

1. Информационная (сообщение о разного рода фактах и событиях, о положении дел);
2. Познавательльно-просветительная (передавая научную, культурную, историческую информацию, СМИ помогают пополнить знания своих слушателей, читателей, зрителей);
3. Комментарийно-оценочная (изложение фактов сопровождается оценкой, комментарием к ним и анализом);
4. Функция воздействия (СМИ называют «четвертой властью» неслучайно, так как они влияют на поведение и взгляды людей, это видно в периоды общественных изменений или во время проведения социально-политических массовых акций, например, при всеобщих выборах главы государства);
5. Гедонистическая (это не просто развлекательная информация, здесь речь идет о том, что любая информация воспринимается с положительным эффектом, и сам способ передачи вызывает чувство удовольствия).

СМИ объединяются в особый тип коммуникации, которому можно дать характеристику как дистантный, ретинальный (передача неизвестному сообщения и получателю информации неопределённого количественно), с адресатом массово рассредоточенным, с субъектом индивидуально-коллективным (это не только соавторство, но и, например, общая позиция теле- или радиоканала, газеты).

Между СМИ есть различия, в основном связанные с используемыми в них знаковыми компонентами и кодами.

В периодической печати используется знаковая двоичная система: язык естественный в печатной форме плюс иконические знаки (рисунки, фото, карикатуры), играющие подсобную роль, а также шрифтовые выделения разного рода и т.д.

О триаде можно говорить применительно к радио: устная речь плюс музыка и естественные звуки. В СМИ аудиовизуальных триада переходит в тетраду в результате возникновения в СМИ такого важного для них способа передачи информации, влияющего на аудиторию, как «живое» изображение.

В значительной степени СМИ определяют языковые нормы общения, а у них велика ответственность за то, чтобы данные нормы отвечали самым лучшим культурным традициям. Периодическая печать - это наиболее традиционная разновидность СМИ, которая сегодня воздействует не только на читателя, но и на различные социальные стороны жизни [6].

Причиной влияния на формирование языка электронных СМИ являются темпы и характер роста преобразований в условиях перехода страны к рыночной экономике и демократизации политического строя в России, так как данные потрясения оказали самое прямое воздействие на процесс языкового деформирования.

Важная роль, которую играют СМИ, связана с повышением грамотности населения и распространением русского языка. Хотя в работе СМИ имеются некоторые положительные результаты по формированию уважительного отношения к русскому языку, но с экранов телевизора по-прежнему звучит далеко не образцовый русский язык, а в газетах часто присутствует большое количество ошибок [1].

Ликвидация надзора привела к возникновению в прямом эфире спонтанной устной речи, к фигурированию в публичном общении лиц, имеющих различный уровень речевой культуры и совершенно разное образование.

В советское время применялась жесткая корректура и цензура. Дикторы все время обращались к словарям в трудных случаях произношения, словоупотребления и др., чего нельзя сказать о современных телеведущих, нередко допускающих ошибки в нормах литературного языка.

Периодически высказываются мнения о том, что язык - это самоорганизующаяся система, которая, в конце концов, сама справится с нарушениями норм, уберёт все лишнее, наносное. Языковое развитие – это неконтролируемый процесс, который не требует регулирования. К несчастью, оценки состояния языка в большинстве случаев чрезмерно эмоциональны и политизированы. Для того чтобы понять, что случается с языком, нужны научные методы оценки выгодных языковых изменений, которые пока ещё неполноценно разработаны.

Научный подход к оценке происходящих преобразований опирается на ряд устойчиво фиксированных положений языковедения. Тут же следует отметить, что язык не может не меняться с течением времени, его нельзя приостановить никакими усилиями. При этом общество не заинтересовано в том, чтобы язык изменялся чрезмерно быстро, так как это приводит к разрыву в культурной традиции народа.

Преобразования русского языка, скорее всего, надо начинать с подготовки и переобучения кадров телеведущих, комментаторов, публицистов, дикторов – всех, кто работает в эфире. Высокая степень культуры русского языка творческих работников на радио и телевидении не будет оказывать давления на миллионные массы телезрителей и радиослушателей. Языковая культура творческих сотрудников поможет «спасти» людей от опасности влияния нецензурного языка, используемого героями «прямого эфира» [2].

Формально только при присутствии такой культуры у сотрудников электронных СМИ язык персонажей «прямого эфира» будет занимать то место, которое постоянно занимал язык в отечественной литературе. Несмотря на все другие профессиональные достоинства работников электронных СМИ, умение профессионально говорить по-русски, грамотное использование лексического богатства русского языка должны быть главным критериями их профессиональной пригодности.

Характерными причинами языковых изменений, с одной стороны, являются изменения самой жизни. С другой стороны, присутствует опасность загрязнения русского языка иностранными словами и жаргонами. Таким образом, требуется найти среднюю линию, которая помогла бы обогащать русский язык и за счет живой разговорной речи, и за счет иностранных слов, и в то же время смогла сохранить богатство и многообразие русской речи.

Телевидение – это вид искусства, который включил в себя все главные черты других искусств. Оно, как и любое искусство, призывает к соблюдению элементарных законов и к жесткому их исполнению [4]. Это означает, что помимо дикции, техники звучащей речи, правильного произношения, также помимо хороших знаний русской речи, не нужно забывать, о том, что основа основ данного искусства – мастерство, способность четко, правильно, логично, ясно высказать свою мысль, способность общаться с конкретным лицом или собе-

седником, не видя его. А самое главное - необходимо владеть умениями и навыками ораторского мастерства.

На наш взгляд, требуется развивать речевую культуру сотрудников СМИ, а для этого необходимо в начале наладить непринужденный контроль за эфиром всех каналов с привлечением консультантов-специалистов. Далее необходимо проведение регулярных занятий по исполнительскому и ораторскому мастерству.

Также имеет значение и распространение лингвистических знаний на телевидении, радио и в печати, являющихся необходимыми для повышения культуры речи в России.

Такое распространение языковых знаний должно быть, во-первых, профессиональным; во-вторых, методическим; в-третьих, различным по форме и содержанию; в-четвертых, привлекательным для непрофессионала. Надо не упускать из вида, что журналист и русский язык на радио и телевидении – это элементы одной культурной цепи.

Список литературы:

1. Голуб И.Б. Риторика: учитеесь говорить правильно и красиво: учебник. – Москва: Омега-Л, 2012. – 405 с.
2. Иссерс О.С. Люди говорят... Дискурсивные практики нашего времени: монография / О.С. Иссерс – Омск: Изд-во Ом. Гос. ун-та, 2012. – 276 с.
3. Маслов В.Г. Культура русской речи: учебное пособие. – Москва: Флинта, Наука, 2010. – 160 с.
4. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования: Эдиториал УРСС, 2010. – 360 с.
5. Пилыгун М.А. Язык современных российских СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dok.opredelim.com/docs/index-13126.html>.
6. Философия: Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / Под ред. М.Н. Володиной — Москва: Академический Проект, 2011. — 332 с.

Виленская Елена Валерьевна

*студентка 2 курса факультета информационных технологий и системного анализа
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: elena.vilenskaya@yandex.ru*

Научный руководитель:

Зайцева Наталия Николаевна

*старший преподаватель кафедры иностранных языков
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: natasha5103469@yandex.ru*