

УДК 811.161.1'373 + 378.01  
ББК Ш141.2–3 + Ш103 + Ч48

**Елена Мухамедовна Хакимова,**  
кандидат филологических наук, доцент,  
Южно-Уральский государственный университет  
(Челябинск, Россия), e-mail: khakimova-elena@yandex.ru

**Вербальный компонент студенческого корпоративного  
издания в системе речевой подготовки профессионалов  
в сфере рекламы и связей с общественностью**

Профессионалы в сфере связей с общественностью и рекламы должны иметь высокий уровень развития языковой компетенции. Для достижения данной цели на кафедре массовой коммуникации Южно-Уральского государственного университета создана корпоративная газета «PR-брейк», позволяющая студентам работать в условиях, максимально приближенных к производственным. Материалы, подготовленные для публикации в этом издании, свидетельствуют о том, что их авторы, изначально стремящиеся к креативности, не всегда понимают, что обязательным условием создания качественного медийного продукта является знание языкового стандарта. Следствием недостаточно серьезного отношения к нормам языка становятся многочисленные лексические, грамматические, стилистические, орфографические, пунктуационные ошибки. В статье представлен их качественный и количественный анализ, результаты которого целесообразно учитывать в системе современного медиаобразования.

*Ключевые слова:* медиаобразование, языковая компетенция, ортология, ошибка, профессиональная культура.

**Elena Mukhamedovna Khakimova,**  
Candidate of Philology Associate professor,  
South Ural State University  
(Chelyabinsk, Russia), e-mail: khakimova-elena@yandex.ru

**A Verbal Component of the Student Newsletter in the System of the  
Professional Speech Training in Advertising and Public Relations**

PR and advertising professionals must have a high level of linguistic competence. Newsletter «PR-break» issued at Mass Communication Department of South Ural State University allows students to achieve this aim. The authors, who work at the newsletter seek for creativity. But they do not always understand that the creation of high quality media product is impossible without knowledge of the language standard. Students make many lexical, grammatical, stylistic, spelling, and punctuation errors. The paper presents qualitative and quantitative analysis of these errors. The study results are advisable to consider within the system of contemporary educational practice.

*Keywords:* media education, language competence, orthology, an error, professional culture.

В государственных образовательных стандартах, определяющих подготовку студентов по специальностям 030602 *Связи с общественностью* [5] и 032401 *Реклама* [6] до 2015 г. включительно, указывается, что выпускники, освоившие предусмотренные учебными программами курсы, должны обладать рядом профессиональных умений и навыков, предполагающих высокий уровень развития языковой компетенции. В частности, специалистам, работающим в сфере рекламы и связей с общественностью, необходимо создавать письменные тексты в соответствии с нормами современного русского литературного языка; оценивать степень готовности к публикации печатных материалов и в случае

необходимости корректировать их; иметь представление об оптимальных способах создания текстов в различных функциональных стилях современного русского литературного языка. Государственный образовательный стандарт, регламентирующий подготовку бакалавров по направлению 030700 *Реклама и связи с общественностью*, также учитывает, что эффективная информационно-коммуникационная деятельность в указанных сферах предполагает разработку и подготовку к публикации текстовых материалов, что связано с актуализацией таких компетенций, как «способность к устной и письменной коммуникации и презентации знаний и предложений на государственном языке (ИК-5)»,

«знание основ речи, её видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля (ПК-8)», «обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования (ПК-9)» [7].

На развитие перечисленных разновидностей языковой компетенции направлен ряд гуманитарных дисциплин, преподавание которых осуществляется на кафедре массовой коммуникации Южно-Уральского государственного университета более 10 лет. Речеведческий комплекс составляют «Русский язык и культура речи», «Практикум по письменной речи», «Стилистика текстов массовой коммуникации», «Спичрайтинг и риторика PR-текста», «Слоган и текст в рекламе» и другие учебные курсы. На лекционных и практических занятиях студенты получают возможность решить ряд задач: систематизировать знания о нормах современного русского литературного языка с учётом вариативности и динамизма ортологической системы; развить навыки уместного использования языковых единиц с различной функционально-стилевой и эмоционально-экспрессивной окраской; расширить представления о профессионально значимых монологических и диалогических жанрах устной и письменной речи; повысить общую культуру и уровень гуманитарной образованности. Всё это создаёт качественную теоретическую базу, что значимо для дальнейшей профессиональной деятельности. Однако теоретическая подготовка должна соединяться с практическими навыками, для формирования которых необходима площадка, позволяющая студентам продуцировать текстовые материалы в условиях, максимально приближённых к производственным. Такой площадкой на кафедре массовой коммуникации ЮУрГУ является корпоративное издание «PR-брейк».

Газета «PR-брейк» была создана в 2002 г. по инициативе студентов. Развитие издания осуществлялось при активной поддержке руководителей кафедры – К. В. Киуру и в дальнейшем Е. П. Соколовой. В ходе реализации проекта работу студентов постоянно курируют преподаватели: А. А. Добрикова, Е. Н. Пескова, А. А. Васильев, А. В. Карелин, М. А. Юрин. Свою задачу педагоги видят в профессиональном консультировании членов студенческой редакции. Результатом работы коллектива является креолизованный текст, включающий в себя знаки разной природы – вербальные и невербальные. Работа над материалами, будущие специалисты в сфере связей с общественностью и рекламы, у которых, как отмечает И. В. Ерофеева [1], актуальная креативность представлена априори, из-

начально настроены на то, что их высказывания должны быть выразительными, оригинальными, нешаблонными. При этом, однако, студенты далеко не всегда понимают, что обязательным условием создания качественных текстов является знание языкового стандарта. Следствием недостаточно серьёзного отношения к нормам языка становятся многочисленные ошибки. Целью нашей статьи является их типология и анализ. Эмпирическую базу исследования составили тексты, подготовленные для публикации в газете «PR-брейк» (2011. № 1 (15). Ноябрь).

Лексические ошибки – нарушения норм словоупотребления, которые обеспечиваются: 1) знанием лексических значений с учётом системных отношений в лексике; 2) соблюдением правил словарной комбинаторики<sup>1</sup>. Так, выбирая лексему из синонимического ряда, необходимо учитывать семантико-стилистические характеристики каждой единицы и её избирательную сочетаемость. В противном случае возможно появление дефектных высказываний: *\*Это 10 лет реально успешной работы, благодаря которой множество студентов получили свой золотой билет на поезд под названием «PR и реклама»*<sup>2</sup>. Нормативным эквивалентом слова *реально* в данном контексте является лексема *действительно*.

Соблюдение лексических норм является важным условием правильности речи, её точности и культурогенности. Между тем вопросы, связанные с лексической нормативностью, вызывают серьёзные затруднения у носителей языка, в том числе и у студентов. Это обусловлено спецификой данного ортологического типа. Б. А. Успенский отмечал, что если для усвоения правил фонетики и грамматики не требуется большого материала, то правила употребления слов выводятся из всей актуальной для языкового коллектива литературы [4]. А поскольку в настоящее время литература не играет в жизни общества такой исключительной роли, как раньше, это отражается на языке. Отсюда, в частности, следует меньшая определённости лексических норм, а также их меньшая по сравнению с нормами других типов очевидность для коммуникаторов.

Морфологические ошибки – нарушения норм, регламентирующих образование грамматических форм разных частей речи. В отличие

<sup>1</sup> Разновидности лексических ошибок подробно рассмотрены в статье Е. М. Хакимова «Словоупотребление в текстах для студенческого корпоративного издания» // Рекламное и PR-образование в регионах России: материалы II Всероссийской научно-практической конференции / под ред. К. В. Киуру. Челябинск: Академия, 2012. С. 117–123.

<sup>2</sup> В приведённых примерах сохранены все речевые особенности источников.

от лексических, морфологические нормы сравнительно легко поддаются кодификации и характеризуются высокой степенью обязательности. В ходе анализа текстов выяснилось, что у студентов возникают проблемы с грамматическими категориями существительных:

– допущена ошибка при определении рода аббревиатуры, образованной соединением начальных букв базового сочетания: *\*Социалистическая система рушилась, оттого было принято решение закрыть границу, и 13 августа 1961 года ГДР приступило к возведению стены;*

– использована ненормативная форма множественного числа у существительного с отвлечённым значением: *\*И чтобы развеять все вопросы и негодования по этому поводу, мы побеседовали с доцентом кафедры Массовая коммуникация, кандидатом культурологических наук Евгением Александровичем Андреевым.* Причиной ошибки является метонимический перенос (состояние → проявления состояния)<sup>1</sup>.

Синтаксические ошибки – нарушения норм, определяющих правильное построение словосочетаний и предложений. Как и следовало ожидать, отклонения данного типа чаще возникают в многокомпонентных структурах с разнообразными синтаксическими связями и отношениями: *\*Под их руководством было проведено масса мероприятий, пресс-конференции, разнообразных проектов, флэш-монов и многое другое.* В данном предложении нарушена координация между подлежащим и сказуемым и отсутствует единообразие при оформлении однородных членов.

Вместе с тем следует учитывать, что в синтаксисе структурный фактор при всей его важности не является единственно значимым. Поскольку данный уровень языковой системы непосредственно связан с процессом мышления, синтаксическая ошибка может быть следствием логического сбоя, проявляющегося, например, в нарушении словоупотребления: *\*Выпускникам 2012 хочется пожелать, чтобы все работы сдавали вовремя, не паниковали и не пугались предстоящих трудностей, а наслаждались последними месяцами учёбы – ведь совсем скоро они закончатся и второго такого времени больше не будет.* Так как испуг является причиной паники,

<sup>1</sup> Метонимические переносы могут рассматриваться как результат действия закона экономии речевых усилий. Подобные употребления нередко встречаются в речи носителей языка, в целом владеющих литературной нормой. В качестве примера в этой связи приведём высказывание В. В. Путина, зафиксированное в стенограмме заседания Президиума Правительства Российской Федерации от 9 июня 2011 г.: *Не забудьте только про наши договорённости и озабоченности, которые высказывали деятели культуры, когда мы с ними встречались* [8].

однородные компоненты в данном предложении следует поменять местами.

Текстовые ошибки – нарушения норм, регламентирующих употребление языковых средств, которые поддерживают существование конститутивных характеристик текста – его цельности и связности. В качестве таксона ортологической классификации текстовые нормы стали выделяться относительно недавно. Только в XX в. лингвисты теоретически обосновали то, что интуитивно ощущают все носители языка: кроме норм словоупотребления, грамматики и т. п., существуют «правила плетения словес», управляющие комбинаторикой предложений. Несоблюдение этих правил может привести, например, к смещению плана изложения, когда, «начав писать на одну тему, об одном предмете речи, далее, при построении сложного синтаксического целого (прозаической строфы), автор отклоняется от темы и перескакивает на другую» [3, с. 592]. Именно такая ошибка допущена в следующем фрагменте: *\*В частности свои комментарии дают Моррей Макленнон, президент компании «Saatchi and Saatchi», прославившейся, в частности, тем, что обслуживала предвыборную кампанию Маргарет Тэтчер, и открывающая офис своей компании в Москве, а также Александр Шлезингер, президент компании EMCG. Александр Шлезингер: «Проблема в том, что в России все занимаются адаптацией идей, придуманных где-то ещё. Например, рекламный ролик «Snickers» с Анастасией Волочковой был на самом деле частью рекламной компании, которая проводилась на многих рынках с участием различных персонажей, но с одной идеей: «Будь собой!» Моррей Макленнон: «Сегодня в плане креатива Россия не самая сильная страна. В то же время, у этой страны богатое культурное наследие в литературе, музыке и живописи, что говорит о большом потенциале. Пока в рекламных работах это не сильно угадывается, но есть все шансы, чтоб это изменить».* Представленный здесь порядок следования информационных блоков (упоминание о Моррее Макленноне – упоминание об Александре Шлезингере – процитированное высказывание Александра Шлезингера – процитированное высказывание Моррея Макленнона) нарушает связность текста (ср. с нормативным вариантом: упоминание о Моррее Макленноне – его высказывание – упоминание об Александре Шлезингере – соответствующая цитата).

Стилистические ошибки – нарушения норм, регулирующих «употребление языковых средств в соответствии с законами жанра, особенностями функционального стиля и – шире – с целью и условиями общения» [2, с. 91]. Стилистическая норма ограничивает употребление маргиналь-

ных языковых средств (например, жаргонизмов) в письменной речи. Данное требование нарушено, на наш взгляд, в следующем высказывании: *\*Правда, первокурсников ещё можно назвать новичками и совершенно «необутыми» в этом деле, поэтому никто не рискнул выдвинуть свою кандидатуру на пост президента.* Следует, однако, отметить, что такие употребления в исследуемом материале редки. Подавляющее большинство стилистических ошибок связано с тавтологией: *\*Сейчас наши выпускники – это профессионалы своего дела, они знают, чего хотят от жизни, в какой сфере деятельности хотят работать, в каком направлении, и целенаправленно идут к своей цели, растут в профессиональном и карьерном плане.* Многочисленные немотивированные повторы свидетельствуют либо о бедности лексического запаса авторов, либо о небрежном отношении к форме собственных высказываний.

Орфографические ошибки – нарушения правил, определяющих правописание слов. Программное обеспечение современных компьютеров позволяет автоматически решать многие вопросы в данной области, но оно бессильно в тех случаях, когда написание слова определяется дифференцирующим принципом русской орфографии, который призван выражать орфографическими средствами семантические различия между собственными и нарицательными именами, производящими и производными лексемами, словами и сочетаниями слов. Однако границы между указанными категориями для носителей языка далеко не всегда очевидны, поэтому и допускаются нарушения орфографических предписаний при употреблении прописных букв (*\*кафедра Массовой коммуникации*), производных пред-

логов (*\*в заключении хочется сказать*), сложных слов (*\*PR сообщество*) и т. д.

Пунктуационные ошибки – нарушения правил употребления знаков препинания. В современной официальной русской пунктуации доминирует конструктивный принцип, для которого характерно стремление пунктуационно отмечать большинство синтаксических конструкций, учитывая формальные характеристики компонентов в их составе. Результаты нашего исследования свидетельствуют о том, что причиной многих пунктуационных ошибок является недостаточная последовательность в реализации данного принципа. С одной стороны, студенты не всегда пунктуационно маркируют синтаксические конструкции, выделение которых предписано нормой: *\*Прощаясь с УО РАССО № 74\_ хочу сказать: дорогие члены отделения, я вас никогда не забуду, каждое мероприятие\_ которое мы провели вместе\_ было мне дорого\_ как первые слова ребёнка для матери, как покорение Эвереста в первый раз.* С другой стороны, знаки препинания ошибочно могут употребляться тогда, когда структурных оснований для выделения оборота нет: *\*В этом году\_ Артур Якушев и Мария Малинина, нынешние «первые лица», оканчивают наш университет, впереди им предстоит защита дипломного проекта и грандиозное празднование своего выпуска.* Во втором случае нарушение нормы обусловлено стремлением автора, вопреки канонической пунктуации, передать на письме интонационные особенности высказывания, непосредственно связанные с его коммуникативной установкой.

Качественный анализ ошибок, выявленных в студенческих текстах, целесообразно дополнить количественным (табл.).

Результаты анализа ошибок в текстах для издания «PR-брейк» (2011. № 1 (15). Ноябрь)

Таблица

Типы нарушений языкового стандарта	Количество ненормативных употреблений
Лексические ошибки	58
Морфологические ошибки	2
Синтаксические ошибки	42
Текстовые ошибки	9
Стилистические ошибки	38
Орфографические ошибки	29
Пунктуационные ошибки	84
Итого	262

Значимым является тот факт, что рассмотренные типы нарушений регулярно встречаются не только в студенческих изданиях, но и в современных российских печатных СМИ. Поэтому мы полагаем, что на факультетах журналистики

вопросам ортологии следует уделять самое серьёзное внимание. Преподаватель, контролирующий работу над вербальной составляющей публикаций, должен убеждать младших коллег в том, что для специалиста речевая свобода,

допускающая в некоторых случаях отступления от нормы, невозможна без чётких представлений о правильности. Именно на них базируется

профессиональная культура, формирование которой относится к числу первостепенных задач системы современного медиаобразования.

### **Список литературы**

1. Ерофеева И. В. Медиатекст как продукт творчества и пространство национальной культуры // Ценности культуры и творчества (вербализация культурных смыслов текста): коллективная монография / отв. ред. И. В. Ерофеева; Забайкал. гос. гум.-пед. ун-т. Чита, 2011. С. 82–103.
2. Николина Н. А. М. Ю. Федосюк, Т. А. Ладыженская, О. А. Михайлова. Нормы современного русского литературного языка. Русский язык для студентов-нефилологов: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 1999. С. 52–97.
3. Розенталь Д. Э., Джанджакова Е. В., Кабанова Н. П. Справочник по русскому языку: правописание, произношение, литературное редактирование. М.: Айрис-пресс, 2008. 768 с.
4. Успенский Б. А. Краткий очерк истории русского литературного языка (X–XI вв.). М.: Гнозис, 1994. 240 с.
5. URL: <http://pr.web-3.ru/functions/proffessionalskills/> (дата обращения: 04.04.2012).
6. URL: <http://eduscan.net/standart/070801> (дата обращения: 04.04.2012).
7. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/98244/> (дата обращения: 04.04.2012).
8. URL: <http://правительство.рф/docs/15535/> (дата обращения: 04.04.2012).

### **Spisok literatury**

1. Erofeeva I. V. Mediatekst kak produkt tvorchestva i prostranstvo nacional'noj kul'tury // Cennosti kul'tury i tvorchestva (verbalizacija kul'turnyh smyslov teksta): kollektivnaja monografi-ja / otv. red. I. V. Erofeeva; Zabajkal. gos. gum.-ped. un-t. Chita, 2011. S. 82–103.
2. Nikolina N. A. M. Ju. Fedosjuk, T. A. Ladyzhenskaja, O. A. Mihajlova. Normy sovremen-nogo russkogo literaturnogo jazyka. Russkij jazyk dlja studentov-nefilologov: uchebnoe poso-bie. M.: Flinta: Nauka, 1999. S. 52–97.
3. Rozental' D. Je., Dzhandzhakova E. V., Kabanova N. P. Spravochnik po russkomu jazyku: pravopisanie, proiznoshenie, literaturnoe redaktirovanie. M.: Ajris-press, 2008. 768 s.
4. Uspenskij B. A. Kratkij ocherk istorii russkogo literaturnogo jazyka (X–XI vv.). M.: Gnozis, 1994. 240 s.
5. URL: <http://pr.web-3.ru/functions/proffessionalskills/> (data obrashchenija: 04.04.2012).
6. URL: <http://eduscan.net/standart/070801> (data obrashchenija: 04.04.2012).
7. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/98244/> (data obrashchenija: 04.04.2012).
8. URL: <http://pravitel'stvo.rf/docs/15535/> (data obrashchenija: 04.04.2012).

*Статья поступила в редакцию 10.04.2012 г.*