

М. Р. Проскуряков<sup>1</sup>**ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕЧИ ЖУРНАЛИСТА  
КАК УСЛОВИЕ СВОБОДЫ СЛОВА**

Свобода слова предполагает навыки целесообразного и эффективного владения им как инструментом социального строительства, средством созидания общества, государства и власти.

Эффективность является ключевым признаком речи современного журналиста. Под эффективностью речи понимается оптимальный способ достижения поставленных коммуникативных целей и формирования когнитивных приоритетов. Эффективность речи определяется силой и энергией целевой установки, отношением достигнутого результата к поставленной цели и представляет наиболее значимый параметр, поскольку синтетически объединяет и оптимизирует лингвистические, психологические и социальные качества хорошей речи: правильность, чистоту, точность, устность, выразительность, доступность языка власти.

В социально-психологическом аспекте эффективная речь предполагает навык оценки аудитории, умение задействовать психологические механизмы подражания и имитации. Эффективная речь адресована определенным группам общества с учетом их интересов, целей, мотивов (интеллектуальных, моральных, эстетических), настроения, физического состояния. В этом качестве эффективная речь становится мощным инструментом социального действия. Побуждая к поступку, действенная речь позволяет журналисту овладевать чувствами и сознанием людей, влиять на их психику и воображение.

Правильность речи предполагает ее соответствие фонетическим, лексическим, грамматическим нормам. Правильность рассматривают как базовое коммуникативное качество речи. В более широком смысле признак правильности характеризует объективность высказываемого мнения, позиции (правильно сказал, считает, утверждает, понимает и т. п.).

Таким образом, правильность становится результатом качественного доказательства (правильность суждения, аргумента) и следствием убедительности, честности. Любопытно, что в журналистском и лингвистическом смысле правильность предполагает некий идеал, за который надо бороться и к которому надо стремиться. Ср.: один из слоганов филологии — «борьба за правильную речь». В широком спектре коммуникативных задач, которые ставит перед собой журналист, правильная речь предполагает навык учета контекста и связана с качеством уместности (уместность — ситуативная правильность).

Другим значимым трендом современных СМИ является чистота речи. Таковой следует считать речь, свободную от чуждых русскому языку элементов, жаргонизмов, диалектизмов, штампов, слов-паразитов.

Чистая речь не предполагает лингвистической инквизиции заимствований и феноменов субстандарта, но жестко регламентирует их употребление.

Точность речи определяется умением журналиста четко и ясно мыслить, знанием предмета речи и правил русского языка. Точность речи чаще всего связывается с точностью словоупотребления, правильным использованием многозначных слов, омонимов, паронимов, иностранных слов, терминов. В логическом аспекте под точностью обычно понимаются четкость, ограниченность значения слова.

Наиболее точными, или правильно ориентирующими, представляются мотивированные слова, в структуре которых ярко переданы содержание понятия или его отличительные признаки. Точность определяется также сжатостью, компактностью и лаконичностью изложения, употреблением слов в прямом значении, простым синтаксическим строем текста журналистского произведения. В связи с этим качеством журналистам советуют отбирать точные, меткие, отвечающие смыслу определяемого ими понятия слова. Употребление слова в соответствии с присущим ему в литературном языке значением — важнейшее условие массовой коммуникации.

Точность слова является не только требованием стиля, массовой коммуникации, но прежде всего требованием смысла. В лингвистическом понимании точность речи предполагает надлежащую смысловую и стилистическую сочетаемость. Лексическая сочетаемость определяется значением слов, их принадлежностью к тому или иному стилю языка, экспрессивно-эмоциональной окраской, грамматическими особенностями. В журналистском аспекте точность связывают с необходимостью верифицировать мысль синонимами-конкретизаторами, применением таких синтаксических приемов, как градация, вопросно-ответные ходы, риторические вопросы, вводные слова и предложения.

Точная и объективная речь должна соответствовать дискурсам журналистики и PR, где недопустимы логическое смешение понятий и сознательное усложнение смысла, манипуляции.

Доступность речи расширяет аудиторию СМИ, делая понятным сложное, и определяется как предметно-логическим содержанием речи, ее композицией, так и выбором речевых средств, доступных для понимания слушателя и читателя. Имеется в виду, например, выбор адекватной однозначной терминологии, ясных определений, а также привлечение вспомогательного материала: сравнений, примеров, метафор, которые делают речь более доходчивой.

Выдвижение на первый план доступности речи массовой коммуникации как одного из наиболее важных качеств связано с активизацией общественно-политической жизни страны. Современный журналист в одной из своих ипостасей — учитель, разъясняющий народу смысл сложных явлений.

<sup>1</sup> Профессор кафедры рекламы и связей с общественностью СПбГУП, доктор филологических наук. Автор ряда научных публикаций, в т. ч.: «Концептуальная структура текста», «Смысл текста как самоорганизующаяся система», «Дискурс борьбы», «Дискурс власти: очерк культуры политической речи», «Концепт красоты в тексте рекламного сообщения» и др.

Устность речи является важной стилистической чертой современной журналистики. При этом имеется в виду не столько бытовая, сколько литературная устность как характерное явление сегодняшнего дня. Устность подразумевает умелое пользование потенциалом языковых средств разговорной речи, прошедших адекватную стилистическую обработку. Выдвижение этого признака произошло в прошлом и связано с дихотомией «книжность–устность», которой определялась литературная устная речь. Устность речи — необходимое условие доступности, в ней же заключается дополнительный «народный» ресурс точности и выразительности журналистики.

Выразительность — ключевой признак речи журналиста — имеет емкое содержание. Выразительность — прежде всего психологический параметр, эксплицирующий, во-первых, внутреннюю уверенность автора, во-вторых, умение испытывать и передавать целевой аудитории необходимое эмоциональное отношение к предмету речи (от восторга, страсти и тревоги до ненависти к врагу) и создавать образ предмета речи. Выразительная речь свойственна творческим (креативным) журналистам. Средства речевой выразительности поддерживают внимание и интерес слушателей, активизируют процесс восприятия. Их цель — управлять процессом активного мышления, мотивируя формирование мнения и совершение поступка. Выразительность может быть информационной (предметно-логическое содержание) и структурной (композиционная стройность). Образно-эмоциональная выразительность речи определяется лингвистическими (языковыми) и экстралингвистическими (кинестическими, психологическими: поведение, мимика, жесты, контакт с аудиторией) факторами. Выразительны не только жесты, но и лицо и взгляд журналиста. Выразительно все, что задевает за живое, даже молчание. Выразительность может не иметь своей целью точно выверенного эмоционального регистра. Языковые средства выразительности подразделяются на произносительные, акцентологические, интонационные, фонетические, словообразовательные, морфологические, лексические, фразеологические синтаксические, стилистические. Лексические и синтаксико-стилистические средства образно-эмоциональной выразительности — это тропы и фигуры.

Выразительный голос журналиста может быть охарактеризован с точки зрения тональности: мягкий, теплый, серебристый, крикливый, пронзительный. У нервных, порывистых журналистов выразительное звучание достижимо более при помощи громкости, чем протяжности и полетности звучания. Выразительность придает речи журналиста яркость, узнаваемость и индивидуальность.

Демократичность, раскрепощенность речи СМИ подразумевает совпадение внешней и внутренней самооценок журналистов, мысли и слова, ее выражающего. Этот признак предполагает свободу речи от элементов тоталитарного языка (идеологем прошлого и настоящего), в экстралингвистическом аспекте — умение общаться с целевой аудиторией, оптимальную диалогизацию общения, свободу от языкового барьера, умение слушать и принимать чужую точку зрения, пластичность в использовании аргументации и смене коммуникативных ролей.

Этика журналистской речи включает этическую позицию автора журналистского произведения по рассматриваемым проблемам, его нравственный потенциал, личностные и профессиональные качества. Позитивная этическая позиция журналиста характеризуется здравомыслием (компетенция, эрудиция, а следовательно, доказательность, аргументированность), доброжелательностью, открытостью, самоконтролем, порядочностью и тактичностью, а также вежливостью. Душевность, проникновенность речи журналиста эксплицирует созидательную деятельность СМИ, направленную на совершенствование общества в русле ценностей гуманизма. В отечественном дискурсе пока крайне редко становятся популярными добрые журналисты и нравственные душевные качества. В силу особенностей национального менталитета речь СМИ имеет социальную и культурную детерминированность. Нарушение этических приоритетов общения замещает для некоторых журналистов параметры эффективности, точности, выразительности речи, служит маркером социальной принадлежности к «своей» аудитории.

#### Литература

- Проскуряков М. Р.* Дискурс борьбы: очерк языка предвыборных кампаний / М. Р. Проскуряков // Вестник Москов. ун-та. — 1999. — Сер. 9. Филология. — № 1. — С. 34–50.
- Проскуряков М. Р.* Дискурс власти: очерк культуры политической речи / М. Р. Проскуряков // Современная русская речь: состояние и функционирование : сб. науч. тр. — СПб. : Филол. фак. СПбГУ, 2004. — С. 82–106.
- Проскуряков М. Р.* Язык власти: очерк культуры речи двух президентов / М. Р. Проскуряков // Современная русская речь: состояние и функционирование : сб. аналитических материалов. — СПб. : Филол. фак. СПбГУ, 2004.
- Проскуряков М. Р.* О некоторых проблемах языка СМИ / М. Р. Проскуряков // Журналистика XXI века: инновации и реальность : материалы X Междунар. науч.-практ. конф. — СПб. : Изд-во РАНХиГС, 2012. — С. 16–27.
- Проскуряков М. Р.* К вопросу об экологии рекламного дискурса / М. Р. Проскуряков // Реклама и PR в России : материалы науч. конф. — СПб. : СПбГУП, 2013.