

---

---

# ОБРАЗОВАНИЕ И РУССКИЙ ЯЗЫК

---

---

Н. Л. Шубина,  
декан филологического факультета

## О ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ «КОСМЕТИКЕ» УСТНОЙ РЕЧИ

Принято считать, что для устного выступления достаточно подготовить содержательный письменный текст, который нужно будет только «озвучить». А между тем даже очень глубокий и интересный по содержанию текст, построенный по законам письменной речи, не будет адекватно воспринят слушателями, и более того — то, что нам казалось наиболее важным в тексте, не вызвало ожидаемой реакции. Написав текст, мы стараемся его прочесть как можно быстрее, поскольку хотим «уложиться в регламент». Но результат оказывается неожиданным: наши коммуникативные цели остаются невыполненными. Почему?

Если представить язык как некое «упаковочное» средство для передачи информации, то следует признать, что способы и приемы такого рода «упаковки» информации в устной речи отличаются от письменной.

Исследования показали, что при восприятии письменной речи (при чтении) включаются контролирующие механизмы, а при восприятии устной — законы оперативной памяти. Известно также и мнение исследователей (Ж. Вандриес), которые полагают, что *никогда не говорят так, как пишут, и редко пишут так, как говорят*. Человек может уметь говорить, но не уметь писать и наоборот.

Доказательством того, что устная и письменная речь обладают специфическими различиями, является и то, что, как правило, достаточно сложно перевести устную форму в письменную без потери информации. Искажение информации наблюдается и при переводе письменного текста в регистр устной речи. Это обусловлено тем, что смысл устной речи (в отличие от письменной) организуется как «нелинейный», что проявляется в необычном структурировании речи: устная речь строится как свободное нанизывание смысловых отрезков, в различной степени связанных друг с другом.

Мы часто бываем свидетелями того, как говорящий не может задать вопрос только потому, что старается линейно выстроить смысл. Но **смысл написанного и читаемого текста не совпадает с текстом слышимым**.

Это особенно стало заметным сейчас, когда говорящий стремится не только к тому, чтобы быть понятым, но и быть понятым как можно быстрее. Современный человек стал передавать все большее количество информации в единицу времени, и это стало причиной изменений в речи: наблюдается активная модификация речевых единиц, перераспределение функций вербальных (словесных) и невербальных (мимика, жесты, интонация и др.) компонентов в организации речи, появление новых средств для передачи информации, изменение норм построения высказывания как в устной, так и письменной речи и др.

Как показывает анализ современной устной речи, создалась неконтролируемая ситуация намеренного отступления от норм, которую необходимо рассматривать и как попытку внести коррективы в действующие нормы. Подтверждается предположение, высказанное в конце 80-х годов XX века Б. М. Гаспаровым: русская устная речь «не просто не может выполнить всех требований правильного построения, обязательных для письменной речи, но *прямо избегает выполнять эти требования и во многих случаях категорически обязана их нарушать*» (выделено мною. — Н. Ш.)<sup>1</sup>.

Умение общаться с другим человеком означает не только (и даже не столько!) одновекторную передачу информации, но и умение адекватно воспринимать «встречную» информацию, а это предполагает как понимание того, *о чем говорится*, так и понимание того, что *хотел сказать* собеседник.

Рождение мысли и ее материализация требуют использования разных языковых средств в зависимости от ситуации. Как полагают психологи, наше мышление в большей степени невербальное, что проявляется и в речи: 60–70% информации передается при помощи жестов, интонации, мимики, т. е. невербальных средств. Даже если человек читает вслух написанный текст, то и в этом случае мы имеем дело не с чистым чтением или говорением.

---

<sup>1</sup>Гаспаров Б. М. Устная речь как семиотический объект // Лингвистическая семантика и семиотика 1. Вып. 442 // Ученые записки Тартуского гос. ун-та. Тарту, 1978. С. 76.

Голос является самым сильным инструментом убеждения. Выразительность голоса воспринимается слушателями не столько разумом, сколько чувством. Голос может вызывать симпатию или антипатию, именно поэтому не следует (даже если не хватает времени) спешить прочитать весь текст: монотонность речи часто является причиной неудачи в коммуникации.

Не надо стараться «перекричать» шум в зале (аудитории). Специалистами в области психологии общения доказано, что если человеку что-либо объяснять на повышенных тонах, то понимание почти сразу же будет заблокировано.

Нам необходимо работать над манерой устной речи, не только осваивая способы эффективной вербализации, но и постоянно задумываясь над тем, как произносятся слова и фразы, как расставляются акценты.

Существенным отличием письменной и устной речи является и наличие такого «канала» для передачи информации, как интонация. Именно интонация может компенсировать невыразительность лексического наполнения нашей речи.

О значимости в процессе общения несловесных элементов писал в начале века Л. В. Щерба: «В диалоге, т. е. при коротких репликах, ситуация, жест, выражение лица, интонация — все это настолько помогает взаимопониманию, что слова и их формы перестают играть сколько-нибудь существенную роль в этом процессе... Поэтому никакие отступления от нормы не страшны в разговорной речи: их в буквальном смысле никто не замечает — ни говорящий, ни слушающий»<sup>2</sup>.

Носители русского языка обладают очень целесообразной актуально-просодической организацией устной речи: нам вовсе не надо запоминать все, о чем говорит собеседник. Достаточно уловить ядерные интонационные контуры. Именно средствами просодии и словопорядка создается актуальная информация.

Выделение в речи отдельных слов является непременным условием для успешной коммуникации. В спонтанной речи фонетически усилено начало фразы, поскольку оно и в смысловом отношении становится главным, а в письменной усиливается в смысловом отношении конец высказывания.

При этом надо знать и помнить, что одни и те же коммуникативные приемы в одних случаях служат для того, чтобы с их помощью умело воздействовать на слушающих, а в других — просто для того, чтобы сделать сообщение более кратким, легким для восприятия или более выразительным и эстетичным.

Следует также различать тексты, созданные для зрительного или слухового восприятия. Любопытно, но еще Вяземский отмечал: «Французы шутят для уха, русские для глаз. Почти каждую русскую шутку можно переложить в карикатуру. Наши шутки все в лицах». Очень точное замечание, поскольку, как оказалось, у русских не только шутка легко перекладывается в образ.

Устная речь современного человека — это своего рода визитная карточка. Социально успешным может быть тот, кто понимает значимость владения не только нормами письменной речи, но и правилами речевого поведения в конкретной речевой ситуации. Письменный текст, ориентированный на восприятие «глазом», может быть неудачным для восприятия «ухом». Дело в том, что меняется психомоторная реакция человека на слово как знак. Именно поэтому основной задачей в практике обучения целесообразному и коммуникативно оптимальному использованию языковых средств является не только формирование коммуникативных навыков на базе действующих норм, но и развитие чувства языка, способности восприятия нового в системе норм, умения квалифицировать нерегламентированное в соответствии с принятым в данном социуме «вкусом языка».

Представляется очевидным, что сложившаяся речевая практика отражает те изменения, которые происходят с нами под влиянием различных социальных и когнитивных процессов. И если язык реагирует на происходящие ментальные изменения, то это свидетельство устойчивости самой языковой системы, показатель мощного коммуникативного потенциала, который заложен в русском языке.

Следует признать, что сформировался новый речевой стандарт. Изменились стратегии, с помощью них мы пытаемся наладить наше «коммуникативное предпринимательство». Именно поэтому, готовясь к устному выступлению, к лекции, докладу, нам нужно воспользоваться той лингвистической «косметикой», которая бы подчеркнула наши профессиональные достоинства, а в некоторых случаях — скрывает недостатки. Кстати, к числу важных косметических средств, необходимых при общении, относится и улыбка.

*Улыбка ничего не стоит, но много дает. Она обогащает тех, кто ее получает, не обедняя при этом тех, кто ею одаривает. Она длится мгновение, а в памяти остается порой навсегда. Никто не богат настолько, чтобы обойтись без нее, и нет такого бедняка, который не стал бы от нее богаче. Она создает счастье в доме, порождает атмосферу доброжелательности в деловых взаимоотношениях и служит паролем для друзей (Д. Карнеги).*

<sup>2</sup> Щерба Л. В. Избранные работы по русскому языку. М.: Учпедгиз, 1957. С. 116.