

## ОСОБЕННОСТИ РУССКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ ОБ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГАХ (В КОНТЕКСТЕ ЯЗЫКОВОЙ СИТУАЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ)

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Ахмедов Х.К.У.*

*Корбут Г.С. – преподаватель*

Статус русского языка – одного из рабочих в ООН – оказывается весьма высок в странах СНГ-постсоветских республиках. Так, в Узбекистане государственным является только узбекский язык, но непоследовательные реформы письменности в разные периоды жизни страны регламентировали использование то кириллицы, то латинского алфавита. Это привело к затруднениям в использовании родного языка разными поколениями. Кроме того, в Ташкенте исторически сложилась крупная русскоязычная диаспора (пост)советской интеллигенции. Поэтому по сравнению с регионами, в столице доминирует русский язык. Единственным языком обучения в вузах является узбекский, но по многим предметам в столице все же используются русскоязычные учебники. Местные русскоязычные авторы не всегда хорошо знают узбекский, а переводчики на него – технические русскоязычные термины. Изучать русский стремятся так же сильно, как и английский, а может, и больше, в связи с географическим положением. Итак, языковую ситуацию Узбекистана можно охарактеризовать как разнородную, смешанную.

Особенности функционирования русского языка в Узбекистане изучались нами через анализ заголовков частных рекламных объявлений об образовательных услугах с узбекского портала *olx.uz* [1]. Объявление как информационно-рекламный текст должно сообщать об услуге, вызывая позитивную реакцию, привлекая внимание ясностью, лаконичностью, оригинальностью изложения. Перлокутивным эффектом объявления должно быть появление намерения воспользоваться данной услугой. Нами анализировались 1338 заголовков объявлений раздела «Образование и спорт» за март 2017 г. Мы исходим из того, что автор объявления об образовательной услуге будет стремиться максимально грамотно оформить его текст и заголовок, чтобы достойно позиционировать себя (свою компанию) в статусной роли учителя, наставника, инструктора, обладающего определенными знаниями, навыками, мастерством. По текстам можно установить уровень языковой компетентности лиц, составляющих образовательный потенциал нации, а также увидеть срез языковой ситуации в стране. Особенно интересно проанализировать природу встречающихся в таких текстах ошибок.

По выбору языка для объявления в условиях смешанной языковой ситуации, узбекский (таблица 1) оказывается на 2-м месте, при этом содержание услуг – самого широкого спектра. Доминирующим же языком подачи объявления является русский. Иностранные языки здесь – английский, испанский и французский, выбор языка обусловлен экстралингвистически: для английского это либо изучение самого языка, либо явления из мира IT (компьютерные программы, языки программирования), для других языков – только их изучение.

Таблица 1

Узбекский		Русский		Английский	Испанский	Французский	Всего
Латин. алф.	Кириллич. алф.	Кириллич. алф.	Транслит				
210	124	1671	10	114 (5,34%)	2 (0,1%)	2 (0,1%)	2133
334 (15,66%)		1681 (78,80%)					

Но заголовок объявления должен привлечь как можно большую аудиторию, с этой целью авторы объявлений комбинируют два или более языков в одном заголовке (таблица 2). Доминирующий русско-английский вариант подачи объявлений также обусловлен экстралингвистическими факторами, но англо-узбекский вариант значительно ему проигрывает. Около 20% авторов объявлений сочетают в заголовке и государственный узбекский, и повсеместный русский, но только 2% предпочитают комбинировать сразу три языка.

Таблица 2

Русско-узбекский	Русско-английский	Англо-узбекский	Англо-русско-узбекский	Русско-испанский	Всего
42 (21,88%)	136 (70,83%)	29 (15,10%)	4 (2,08%)	1 (0,52%)	192

Таблицы подтверждают высокую частоту использования русского языка и его престижный статус как языка межнационального общения в Узбекистане, особенно среди столичных жителей страны.

Кроме статистического анализа, нами была сделана выборка русскоязычных (кириллических) заголовков, в которых допущены ошибки (не считая опечаток, описок, обрывов текста). Материал составил 94 примера из всех 1671 русскоязычных примеров. Число самих ошибок составило 108, то есть число объявлений с ошибками – 6,5 % от общего массива всех русскоязычных объявлений. Около трети всех ошибок (30%) составляют коммуникативные (4 ед.), логические (4 ед.), стилистические (5 ед.), лексические (6 ед.), речевые (6 ед.) и орфографические (6 ед.)

Коммуникативные ошибки затемняют ясность любого текста, препятствуют его адекватному пониманию, могут трактоваться неоднозначно. Вызванный перлокутивный эффект состоит не в намерении воспользоваться данной услугой, а, скорее, в уточнении её смысла. Но данный тип ошибок может способствовать тому, что пользователь прочитает не только заголовок, но и откроет его полный текст. Примеры таких ошибок: *Гитара детям* <в дар? Обучение? Продажа инструмента?>; *Обучаю косметологии, татуаж, наращивание ресниц* <Чему автор всё-таки обучает, а что выполняет сам как мастер?>

Логические ошибки заключаются в том, что заголовок либо противоречит стандартной логике построения текста, либо парадоксален по содержанию, поэтому смысл объявления затемняется: *Набор в группы для индивидуального обучения* <противоречие>; *Образование музыка аранжировка* <как именно они связаны?>; *Предлагаем спорт* <кому? какой?>; *Провожу мастер-классы по их изготовлению* <кого – их?>. Данный тип

ошибок, хотя и выделяет объявление из общей массы, но провоцирует негативную оценку адресата, так как нарушение логики в заголовке объявления в некотором смысле дискредитирует его автора как профессионала.

Стилистические ошибки связаны с выбором лексической или грамматической формы с периферии данного стиля речи (её жанра), хотя грубого нарушения норм здесь нет: *Набор детишек на уроки хореографии* <разговорная форма, возможно, для уверения клиентов в хорошем отношении к будущим ученикам>; *Суперавтоинструктор женщинам* <вместо: «для женщин»>. Ошибки в данном случае также могут привлечь внимание читателя, но спрогнозировать, будет ли он положительным либо отрицательным, трудно.

Лексические ошибки – неверный выбор слова из-за незнания значений многозначного слова (омонимов, паронимов), нарушениях его лексической сочетаемости в контексте (особенно глагольного управления): *Изготовление отчетов* <вместо: «написание»>; *Гранды на обучение* <вместо: «гранты»>; *Вы ещё не познали модельный бизнес?* <вместо: «попробовали себя в модельном бизнесе»>. Реакция читателя скорее негативна.

Речевые ошибки проявляют себя только в контексте. Часто они связаны не с безграмотностью, а со смешением разных коммуникативных намерений: *Научим готовить молочный коктейль и все секреты* <пропуск: «раскроем»/«расскажем» (экономия текста в заголовке), но «... и всем секретам» также ошибка, которую автор, видимо, предпочел не допускать (сохранение ясности текста)>; *Занимаюсь дополнительно репетиторством* <плеоназм>; *Репетитор дошкольного возраста и младших классов* <двусмысленность>; *Хочешь английский начать?* <калька>; *Требуется репетитор по английскому языку разговора* <несогласованное определение, характерное для научного стиля>; *Красивые курсы* <вместо: «курсы красоты»>. Эффект влияния на читателя речевых ошибок также трудно спрогнозировать.

Орфографические ошибки обусловлены неграмотностью либо невнимательностью авторов: *Обучаем профиссионально*; *Спишите записаться*; *Ищите репетитора?* *Часные занятия на фортепиано*; *Преподаватель ателицкого языка*. Реакция грамотного читателя будет скорее негативной, ведь компьютерные сервисы проверки правописания легко позволяют такие ошибки устранить.

Основной массив найденных ошибок (70%) составляют грамматические и грамматико-синтаксические. Наиболее частотны в объявлениях об образовательных услугах нарушения в управлении глаголов и отглагольных существительных типа «учить(ся)», «изучать», «обучать», «урок», «курсы/занятия по чему»: *Обучение грамотного массажа*; *Метод обучения английского языка*; *Приглашаю учить вождения автомобиля*; *Обучение шахматы*; *Обучаю кройки и шитью*; *Обучаю китайскому языку начинающим*; *Обучение прошивки сотовых телефонов*; *Уроки игра на фортепиано*; *Видеокурсы по веб-разработка*; *Требуется репетитор русскому языку*.

Частотно неразличение мягкости – твёрдости согласных фонем, что ведёт: а) к смешению окончаний ед. и мн. ч. существительных в разных падежах и неправильному написанию их окончаний: *Вождения автомобиля*; *Индивидуальные занятия*; б) к смешению твёрдого и мягкого варианта окончаний: *Инструктор с 30-летним стажем*; *Все секреты*; *Молочный коктейль*; *Любые рефераты*; *Физика и русские язык*; *Репетитор по алгебре и геометрий*; в) к неразличению форм инфинитива и других форм глагола: *Научим готовит*; *Объявляться набор*.

Среди других ошибок – а) пропуск предлогов: *Научу играть инструменте*; излишнее их добавление: *Собрать кубик рубик с разными способами*; их неверный выбор: *Мини-сад (от 3-ех лет)*, б) незнание форм Р.п. мн.ч.: *Обучаю пошиву одежды и портьеров*; *Узбекский за 7 месяц*; в) смешение В.п. и П.п. в значении направления и места: *Преподаю языки на дом*; *Бесплатное обучение в университеты Китая*; г) неправильный выбор причастия: *Узбекский язык для желавших владеть им*; д) вида глагола: *Буду учить собрать кубик рубик*.

Грамматические ошибки, по-видимому, в значительной степени обусловлены межъязыковой интерференцией узбекского и русского языков (преобладанием несогласованных определений, калькированием предложно-падежных форм, фонематическим и грамматическим строем и др.). Можно предположить, что среди узбекской молодежи будет больше желающих воспользоваться услугами, чем среди старшего поколения, лучше владеющего русским языком, так как незнание уменьшит негативный эффект от восприятия ошибок.

Проведённый анализ будет полезен как узбекским гражданам, желающим совершенствовать своё знание русского языка и развиваться профессионально, так и преподавателям русского языка как иностранного, работающим с узбекскими школьниками и студентами.

Список использованных источников:

1. Образование: услуги педагогов. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://olx.uz/uslugi/obrazovanie/>. – С. 1–54. – Дата доступа: 31.03.2017.

## СЕТКАВЫ ЭТЫКЕТ ЯК ПАДСІСТЭМА НАЦЫЯНАЛЬНАГА МАЎЛЕНЧАГА ЭТЫКЕТУ

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт інфарматыкі і радыёэлектронікі  
г. Мінск, Рэспубліка Беларусь

Парамонава А.Я.

Албут А.А. – выкладчык

З дапамогай праведзенага апытання вызначылі сродкі, якія студэнты выкарыстоўваюць найчасцей падчас зносін з сябрамі, з роўнымі па статусе суразмоўцамі. Разгледзелі спосабы рэалізацыі прынцыпу ветлівасці ў інтэрнэт-камунікацыях, сродкі стварэння камфорту маўленчых зносін і дасягнення камунікатыўнага поспеху.