



О специфике современного медийного дискурса

YU JUN LEI,

студент 2-го курса магистратуры

Национального университета Узбекистана

им. Мирзо Улугбека

В современном мире средства массовой информации (СМИ) являются весомым инструментом в формировании мнения общественности о той или иной теме. В настоящее время СМИ прочно вошли в жизнь каждого человека, и являются мощным фактором воздействия на его сознание. Динамичность позволяет быстро реагировать на изменения, происходящие в мире.

В языке современных СМИ легко выявить те тенденции в подходах к изучению языка, которые прослеживаются в современной лингвистике. Информировав человечество о волнующих мировых событиях и заполняя его досуг, СМИ оказывают положительное влияние на его мысли и культуру.

Медиатексты – это тексты массовой информации. К ним относятся реклама, публикации, новости, информационная аналитика и комментарии. Установлено, что медиатексты являются самой распространенной формой бытового языка. Средства массовой информации сегодня определяет характер и свойства современного состояния языка, сигнализируют о его проблемах¹.

Ученые выделяют три наиболее распространенных значения понятия «язык СМИ». Во-первых, язык СМИ – это все тексты, распространяемые в средствах массовой информации. Второе значение этого понятия заключается в том, что язык СМИ – это устойчивая система внутри языка с характерными лингвистическими и стилистическими свойствами и признаками. В-третьих,

¹ Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания. «Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ» 2008. –7 с.



язык СМИ – это особая знаковая система смешанного типа, характеризующаяся сочетаниями вербальных и аудиальных компонентов. Для разных видов СМИ (телевидение, печать, радио, Интернет) сочетание этих компонентов разное.

Рассмотрение языка СМИ в качестве знаковой системы смешанного типа на основе отдельных видов средств массовой информации привело к детальному изучению особенностей языковых явлений каждого конкретного СМИ. Так, например, для языка радио характерно сочетание звукового и словесного ряда. Язык радио является одним из основных средств воздействия на людей, поскольку в нем используется масса аудиальных эффектов. К ним относятся: фоновая музыка, регулирование громкости, шумы. Кроме того, это также индивидуальные свойства речи говорящего (акцент, тембр, темп, интонации и т.д.).

По сравнению с языком радио, язык телевизионных СМИ является более совершенным, потому что использует больший спектр возможностей воздействия на зрителей. К звуковому и словесному ряду прибавляется визуальный.

Печатные СМИ тоже имеют свой специфический язык. Наряду с вербальными он состоит из графических компонентов. К графическим компонентам относятся следующие: размер шрифта, использование иллюстраций, качество бумаги, сочетание цветов, символов, расположение статей и т.д. В сочетании со словесным рядом все это образует единый семантический язык прессы.

Процесс формирования языка СМИ принято рассматривать с разных сторон. С одной стороны, события, произошедшие в последнее время в обществе, оказали немаловажное влияние на процессы, происходящие с языком СМИ. В первую очередь, изменения в обществе стали причиной демократизации языка СМИ. Демократизация языка напрямую связана с демократизацией



общества. Слова и выражения, раньше считавшиеся табуированными в СМИ, стали употребляться все чаще.

С другой стороны, язык СМИ является эталоном, поэтому все изменения, происходящие в языке СМИ, влияют на разговорный язык. Ученые, поддерживающие эту точку зрения, считают, что новые языковые явления сначала появляются в языке СМИ, и только потом они перенимаются в бытовую речь граждан. Кроме того, поскольку СМИ первыми реагируют на новации, именно язык СМИ впервые вводит новые понятия в язык.

Язык средств массовой информации является тотализатором к повышению грамотности населения. Анализируя современный словарный запас и его пополнение, следует отметить, что ряд новых слов сопровождает развитие нового опыта, новых явлений и концепций. Осваиваются иностранные лексемы. Обновление языка заключается не только в появлении новых слов, но и в развитии новых значений слов.

На рубеже XX-XXI веков интерес к явлениям русской грамматики начинает постепенно усиливаться, что объясняется целым рядом факторов. С одной стороны, в связи с активизацией процессов обучения русскому языку иностранных специалистов разных уровней, сложностью грамматического строя русского языка и трудностью усвоения законов и закономерностей грамматики в лингвистических и лингвометодических исследованиях обращается особое внимание на описание, анализ «трудных» случаев русской грамматики, к числу которых относятся русские глаголы на -ся, образующие неоднородный фрагмент лексико-грамматической подсистемы русского языка. С другой стороны, русский язык в новейший этап его развития демонстрирует такие изменения, которые не только затрагивают лексико-семантические единицы, но и происходят на более глубинном – грамматическом – уровне: подобные изменения отражают языковое сознание современных носителей русского языка, отражают особенности концептуализации ими явлений современной реальности.



Медийный дискурс как вид речевой деятельности имеет свои особенности, продиктованные задачами воздействия на массового потребителя информации. В СМИ возвратные глаголы играют важную роль в создании текстов, так как они могут передавать не только информацию о событиях, но и эмоциональные и стилистические оттенки, что делает их ключевыми элементами для формирования воздействия на аудиторию. Такие глаголы способны придать высказыванию дополнительную динамику, экспрессию, а также акцентировать внимание на процессе или на субъективном участии объекта действия. Возвратные формы глаголов также часто используются для смягчения высказываний, что может быть полезно в контексте медийной этики и влияния на восприятие аудитории.

Таким образом, современный медийный дискурс – это сложное, многослойное явление, которое охватывает различные формы коммуникации и воздействия через медиа: от традиционных (телевидение, радио, печатные СМИ) до новых цифровых (социальные сети, блоги, подкасты, видеоконтент). Этот дискурс не просто информирует, но и формирует общественные установки, ценности и восприятие реальности.

Рассмотрим несколько ключевых аспектов его специфики:

1. Гибридизация медиаформатов. Современные медиа постепенно становятся все более гибридными, объединяя элементы разных форматов. Например, новостные сайты часто включают в себя текстовые, видео и аудио компоненты, а также активно используют социальные сети для распространения контента. Эти гибридные медиаформаты обеспечивают мгновенный доступ к информации и разнообразие способов её восприятия.

2. Цифровизация и влияние социальных сетей. Социальные сети (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok и другие) играют ключевую роль в современном медийном дискурсе. Они становятся не только каналом для распространения информации, но и платформой для формирования общественного мнения. В



социальных сетях активно формируются новые формы общения (мемы, инфографика, видеоконтент), а также возникают "инфлюенсеры" – личности, которые становятся лидерами мнений в различных областях. Социальные сети также способствуют «платформенному капитализму», где медиа-контент активно используется для коммерческих целей. Например, алгоритмы в этих платформах часто создают информационные пузырки, в которых пользователи получают лишь те новости, которые соответствуют их предыдущим интересам, что усиливает поляризацию мнений.

3. Популизация и таблоидизация контента. Медийный дискурс все чаще ориентируется на зрелищность и привлечение внимания. Это приводит к распространению так называемой таблоидизации – акценту на скандальные, эмоционально насыщенные и сенсационные материалы. В условиях конкуренции за внимание аудитории СМИ все чаще прибегают к примитивизации контента: использование простых, часто искажённых формулировок, привлечение внимания через шок-контент, хайповые темы.

4. Медийная идентичность и культурная продукция. Современные медиа играют значительную роль в формировании индивидуальной и коллективной идентичности. Через медийный дискурс транслируются не только новости, но и культурные ценности, нормы поведения, социальные роли. В условиях глобализации и цифровизации происходит активное смешение культурных кодов, что приводит к более разнообразному и динамичному медийному ландшафту.

Современный медийный дискурс – это динамичный процесс, в котором пересекаются различные формы информации, технологии и культурные практики. Важным аспектом является не только то, как создается и распространяется контент, но и как он воспринимается и интерпретируется аудиторией. В условиях глобализации, цифровизации и информационной



перегрузки медийный дискурс становится важным инструментом формирования как личной, так и общественной идентичности.

Литература:

1. Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания. «Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ» 2008. –7 с.