УДК 81:004

DOI 10.26118/2782-4586.2025.37.52.008

Дудник Анастасия Димитриевна

Уфимский университет науки и технологий (Стерлитамакский филиал)

Асянова Светлана Рифовна

Уфимский университет науки и технологий (Стерлитамакский филиал)

Лингвистические особенности современных СМИ

Аннотация. В статье рассматриваются лингвистические особенности современных средств массовой информации, акцентируя внимание на значительном влиянии цифровых технологий на язык СМИ. Обсуждаются изменения в стиле общения, включая использование неформального языка, эмодзи и сленга, что отражает стремление медиа адаптироваться к ожиданиям и предпочтениям аудитории. Анализируется роль языка в формировании общественного мнения и культурных норм, подчеркивая важность критического восприятия информации в условиях быстрого развития коммуникационных практик. Также рассматриваются примеры успешных и неудачных коммуникационных стратегий, что позволяет глубже понять, как современные медиа влияют на социальные взаимодействия и восприятие реальности современными пользователями.

Ключевые слова: современные СМИ, лингвистика, язык медиа, цифровые технологии, общественное мнение.

Dudnik Anastasia Dimitrievna

Sterlitamak branch of Ufa University of Science and Technology

Asyanova Svetlana Rifovna

Sterlitamak branch of Ufa University of Science and Technology

Linguistic features of modern media

Annotation. The article examines the linguistic features of modern mass media, emphasizing the significant impact of digital technologies on the language of mass media. It discusses changes in communication style, including the use of informal language, emojis, and slang, reflecting the media's desire to adapt to the expectations and preferences of the audience. The role of language in shaping public opinion and cultural norms is analyzed, highlighting the importance of critical perception of information in the context of rapidly evolving communication practices. Additionally, examples of successful and unsuccessful communication strategies are considered, allowing for a deeper understanding of how modern media influences social interactions and the perception of reality among contemporary users.

Keywords: modern media, linguistics, media language, digital technologies, public opinion.

Язык средств массовой информации – живой и динамичный материал, особенно чувствительный к новым идеологическим веяниям, духовным переменам и модным тенденциям в той или иной общественной структуре [Ерофеева, 2012, с. 34]. Современные средства массовой информации играют ключевую роль в формировании общественного мнения, распространении информации и культурных ценностей в обществе. В условиях глобализации и стремительного развития технологий, лингвистические особенности медийного дискурса становятся объектом активного исследования в различных областях науки, включая лингвистику, социологию и медиаисследования. Язык СМИ не только отражает, но и формирует социальные реалии, создавая определенные модели восприятия действительности. Язык обладает четкой социальной обусловленностью, позиционирует специфику бытия человека в определенном обществе. Структура любого языка –

порождение двух факторов: «внутреннего (сознание говорящего) и внешнего (культура, в которой был рожден и воспитан носитель языка)» [Ерофеева, 2012, с. 35].

Анализ лексических, синтаксических и стилистических характеристик медийных текстов позволяет выявить тенденции в использовании языка, а также его адаптацию к требованиям аудитории и контексту. Важным аспектом является влияние языка на эмоциональное восприятие информации, что особенно актуально в эпоху информационных войн и манипуляций. Кроме того, современные СМИ активно используют элементы интернет-коммуникации, что также вносит коррективы в традиционные языковые нормы. СМИ недаром называют четвертой властью. Каждый человек ежедневно испытывает мощное воздействие телевизионной речи, речи, звучащей в радиоэфире или представленной на страницах газет и журналов. Именно они для многих носителей языка служат «основным источником представлений о языковой норме, формируют языковой вкус» [Майоров, 2016, с. 55].

Лингвистика – это наука о языке, его структуре, функционировании и развитии. Она охватывает широкий спектр аспектов, включая фонетику (изучение звуков), морфологию (изучение форм слов), синтаксис (изучение структуры предложений), семантику (изучение значений) и прагматику (изучение языка в контексте общения). Лингвистика исследует как отдельные языки, так и общие закономерности, присущие всем языкам мира. В контексте медийного дискурса лингвистика позволяет анализировать, как язык используется для передачи информации, формирования общественного мнения и влияния на эмоциональное восприятие аудитории.

Средства массовой информации представляют собой совокупность организаций и технологий, занимающихся сбором, производством и распространением информации для широкой аудитории. К традиционным СМИ относятся газеты, журналы, радио и телевидение, тогда как новые медиа охватывают интернет-платформы, социальные сети и блоги. СМИ играют важную роль в демократическом обществе, обеспечивая доступ к информации, способствуя общественным дискуссиям и контролируя власть. Они также служат каналами для культурного обмена и формирования общественного сознания. СМИ не только информируют, но и формируют представления о мире, создавая определенные рамки восприятия событий и явлений. В этом контексте язык СМИ становится инструментом манипуляции и влияния на общественное мнение. Лингвистический анализ медийных текстов позволяет выявить механизмы, с помощью которых создаются определенные образы и стереотипы.

Термин «медиа» (от латинского слова “medium”, что означает «средство») используется для обозначения различных каналов передачи информации. В современном контексте медиа включает как традиционные средства массовой информации, так и новые цифровые платформы. Медиа охватывает разнообразные форматы, такие как текст, аудио, видео и интерактивные элементы. Медиа как явление имеет значительное влияние на общество, поскольку оно определяет, каким образом информация воспринимается и интерпретируется. В последние десятилетия наблюдается рост числа альтернативных медиа-форматов, таких как подкасты, видеоблоги и социальные сети, которые изменяют способы взаимодействия между производителями и потребителями информации. Это приводит к новым вызовам для традиционных СМИ, а также к необходимости переосмысления их роли в обществе.

Особенность современных СМИ – активное применение экспрессивных средств, сближающих новостные и аналитические жанры с разговорной речью, причем часто – сниженной стилистики: «эмотивно-оценочные эпитеты, метафоры, а также выражения, апеллирующие к фоновым знаниям читателей и основанные на аллюзиях, цитатах, клише, прецедентных текстах» [Опарина, 2020, с. 131].

Отметим, что лингвистика, СМИ и медиа взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом. Лингвистический анализ медийного дискурса позволяет глубже понять механизмы

влияния языка на общественное сознание и восприятие информации в условиях современного мира.

Рассмотрим пять ключевых лингвистических особенностей современных средств массовой информации и проиллюстрируем их примерами.

Современные СМИ часто применяют *сенсационный язык* для привлечения внимания аудитории. Это включает в себя использование ярких, эмоционально насыщенных слов и фраз, которые могут вызывать сильные реакции. Заголовок статьи может звучать как «Ужасная катастрофа: тысячи жизней под угрозой!» В данном случае использование слов «ужасная» и «угроза» создает эмоциональную напряженность и привлекает внимание читателя.

В условиях быстрого потребления информации современные СМИ стремятся к *краткости и лаконичности*. Это выражается в использовании коротких предложений и фраз, а также в активном применении аббревиатур и сокращений. В новостях о политических событиях можно встретить фразы вроде «Премьер-министр ПМ заявил, что НДП поддержит законопроект». Здесь используются сокращения, что делает текст более сжатым и удобным для восприятия.

СМИ нередко используют *манипуляцию с контекстом*, чтобы изменить восприятие информации. Это может включать выборочные цитаты или предоставление односторонней информации. В репортаже о протестах может быть использована цитата: «Мы не хотим больше терпеть это!» без указания, кто именно произнес эти слова и в каком контексте. Это создает впечатление, что протесты имеют широкую поддержку, хотя на самом деле это может быть мнение небольшой группы.

Метафоры и образные выражения помогают сделать информацию более запоминающейся и яркой. Они могут использоваться для создания определенного имиджа или настроения. Фраза «экономика страны на грани краха» использует метафору «границ краха», что создает образ критической ситуации и подчеркивает серьезность проблемы.

Современные медиа активно используют *интерактивные элементы*, чтобы вовлечь аудиторию в процесс потребления информации. Это может проявляться в опросах, комментариях или обсуждениях на социальных платформах. В статье на новостном сайте может быть встроен опрос: «Как вы оцениваете действия правительства в данной ситуации?» Это не только позволяет читателям выразить свое мнение, но и создает ощущение участия в обсуждении.

Лингвистические особенности современных СМИ играют важную роль в формировании общественного мнения и восприятия информации. Понимание этих особенностей помогает аудитории критически подходить к потребляемому контенту и осознавать механизмы влияния языка на сознание.

Таким образом, лингвистические особенности современных СМИ представляют собой многогранный и динамичный аспект коммуникации в эпоху цифровых технологий. Язык медиа не только отражает изменения в обществе, но и активно формирует общественное мнение, создавая новые формы взаимодействия с аудиторией. Использование неформального стиля, эмодзи, сленга и других языковых новшеств свидетельствует о стремлении медиа быть ближе к своему потребителю и адаптироваться к его ожиданиям. Кроме того, современные СМИ играют ключевую роль в распространении информации и формировании культурных норм, что подчеркивает важность анализа их языковых особенностей. Понимание этих характеристик позволяет не только лучше ориентироваться в информационном пространстве, но и критически воспринимать представляемый контент. В условиях быстрого развития технологий и изменений в коммуникационных практиках изучение лингвистических аспектов СМИ будет оставаться актуальным и важным направлением для исследователей и практиков в области медиакommunikаций.

Список источников

1. Ерофеева И.В. Язык современных СМИ: проблемы миромоделирования // Гуманитарный вектор. Серия: Филология, востоковедение. – №4. – 2012. – С. 34-41.
2. Майоров А. В. Языковая культура современных средств массовой информации // Филологические науки в России и за рубежом / Материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2016 г.). – Санкт-Петербург : Свое издательство, 2016. – С. 54-56.
3. Опарина Е.О. Жанры современных СМИ: стилистические особенности и языковые средства // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6, Языкознание: Реферативный журнал. – №4. – 2020. – С. 127-135.

Сведения об авторах

Дудник Анастасия Димитриевна, студент, филологический факультет, Уфимский университет науки и технологий (Стерлитамакский филиал), г. Стерлитамак, Россия
Асянова Светлана Рифовна, кандидат педагогических наук, заведующий пресс-службой, Уфимский университет науки и технологий (Стерлитамакский филиал), г. Стерлитамак, Россия

Information about the authors

Dudnik Anastasia Dimitrievna, Student, Faculty of Philology, Ufa University of Science and Technology (Sterlitamak branch), Sterlitamak, Russia
Asyanova Svetlana Rifovna, Candidate of Pedagogical Sciences, Head of the Press Service, Ufa University of Science and Technology (Sterlitamak Branch), Sterlitamak, Russia