

## Лексический портрет современного СМИ

*Фирсова Екатерина Александровна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

*E-mail: k89168733550@yandex.ru*

На сегодняшний день, когда человечество развивается в рамках постиндустриального общества, особенно заметной становится возрастающая значимость роли языка. Информация является одной из важнейших частей жизни, привлекая интерес журналистов к способам её передачи. Однако за последние тридцать лет русский язык претерпел весомые изменения, которые обуславливались социально-политическими потрясениями, происходящими в нашей стране, такими как революция, переход от монархии к социализму, а после развал СССР в 90-е годы. Трансформация речи всё ещё продолжается, сейчас на неё большое влияние оказывает развитие интернета и технологий в целом. Чем выше потребность людей в информации, тем сильнее возрастает роль СМИ в обществе. Таким образом, через анализ изменения языка в представляемой работе будет составлен портрет современного СМИ.

Для решения поставленной задачи были определены факторы, влияющие на изменение языка СМИ. Так, глобализация сыграла в обозначенном процессе не последнюю роль. Человечество уже не может существовать в изолированном состоянии, и всё большее количество проблем требуют именно коллективного решения. Информация, а следовательно, и СМИ не могут отстраниться от процесса интеграции: во многих зарубежных странах есть российские корреспонденты, готовые сделать репортаж с места событий. Сегодня имеется возможность узнать о происшествии в любой точке мира. Способы подачи информации в разных странах продолжают типизироваться, вырабатывается единый формат. Например, в случае, когда речь идет о новостях, особенно важные факты рассказываются более простым языком, а во время изложения информации в исследовательской статье уместным окажется научный стиль.

Нами было проведено исследование современного языка СМИ, прослежены изменения в тематике и стиле периодических изданий, очерчен сегодняшний лексический портрет. Было выявлено, что в настоящий момент конкуренция гораздо чаще складывается не между изданиями, а между профессиональными СМИ и интернет-блогерами. Журналисты иначе относятся к своей аудитории, появляются и развиваются средства привлечения внимания читателя в попытке добиться того, чтобы при огромном объеме информации человек выделил время именно на их издание.

В результате анализа полученных данных были сделаны предположения о дальнейшем развитии языка в журналистской среде. Основой исследования лексического портрета СМИ стал эмпирический материал, представленный такими периодическими изданиями, как газеты «Коммерсантъ», «Аргументы и факты», «Завтра».

Проведенное исследование подтвердило, что язык подвержен постоянным изменениям, которые ярче всего проявляются в стилистике языка СМИ, так как именно она отражает повседневное состояние речи общества. Таким образом, период жизни человечества в историческом ключе и речь СМИ взаимосвязаны и влияют друг на друга.

В завершении следует привести цитату Б. М. Эйхенбаума, которая актуальна и по сей день: «Прежнее, созданное усилиями XIX века единство литературного языка распалось».

У нас опять - многослойность, многостильность: смесь диалектов и жаргонов, политические термины, газетная речь, ораторские штампы, мещанская фразеология и т.п. Отсюда развитие комических жанров<...>, выдерживающих нагрузку всех этих элементов... Мы, по-видимому, движемся постепенно к выработке нового «среднего стиля»...» [Цит. по:Анисимова 2010: 15]

### **Источники и литература**

- 1) Анисимова Л. А. Лексические особенности языка современной российской качественной и массовой прессы. Неологизмы. 2010. С. 14-21