

**УДК 81'42**

**ББК 81.0**

**К 88**

**Куёк Ф.А.**

*Кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Адыгейского государственного университета, e-mail: kuekfatima@gmail.com*

**Хабекирова З. С.**

*Кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Адыгейского государственного университета, e-mail: habekirov@yandex.ru*

## **Характерные особенности языка массовой коммуникации** *(Рецензирована)*

### ***Аннотация:***

Выявляется и анализируется язык как способ, формирующий лингвокультурное пространство в массовой коммуникации, а также влияющий на весь строй мышления человека, на стиль мирово сприятия, на тип культуры сегодняшнего дня. Данные, полученные в рамках представленного научного исследования, основанного на изучении многочисленных отечественных и зарубежных авторитетных источников и реферируемых периодических изданий, посвященных проблематике воздействия языка на человека как непосредственного участника массовой коммуникации, способствуют обогащению и дальнейшему развитию самого языка. Результаты данного научного исследования обладают теоретической значимостью, заключающейся в системной проработке языковых явлений лингвокультурного пространства и возможности понимания использования языка как способа влияния на психо-эмоциональное восприятие информации в массовой коммуникации. Практическая же значимость результатов данного исследования заключается в возможности применения выявленных языковых особенностей для создания средствами массовой информации единого информационного пространства, которое образуется тогда, когда средства массовой информации помогают членам общества общаться, взаимодействовать друг с другом, чтобы организованно участвовать в различных видах социальной деятельности.

### ***Ключевые слова:***

Язык, культура, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, развитие и влияние языка.

**Kuyek F.A.**

*Candidate of Philology, Associate Professor of Foreign Languages Department, Adyge State University, e-mail: kuekfatima@gmail.com*

**Khabekirova Z.S.**

*Candidate of Philology, Associate Professor of Foreign Languages Department, Adyge State University, e-mail: habekirov@yandex.ru*

## **Specific features of the language of mass communication**

### ***Abstract:***

The paper identifies and analyzes the language as a way of forming linguocultural

space in the mass media, as well as affecting the entire structure of human thinking, the style of perception of the world, and the type of culture today. The data obtained in the framework of this scientific research based on the study of numerous domestic and foreign authoritative sources and peer-reviewed periodicals devoted to the problems of the language affecting the human being as a direct participant of the mass media contribute to the enrichment and further development of the language itself. The results of this research have theoretical significance, which consists in the elaboration of the system of linguistic phenomena of linguocultural space and the ability to understand the use of language as a way to influence the psycho-emotional perception of information in the mass media. The practical significance of the results of this study lies in the possibility of using the identified language features for creating a single information space by using the mass media information. This information space is formed when the mass media help members of the society to communicate and interact with each other to participate in various kinds of social activity.

**Keywords:**

Language, culture, mass communication, mass media, development and influence of language.

Информация, как само понятие, рассматривается и как ресурс, и как средство интеллектуальной коммуникации. По мнению Т. А. Островской, «язык – это особая форма поведения человека» [1: 96]. И язык в этой связи используется как способ отображения социального развития человека. Язык и культура – взаимосвязанные понятия, отображающие не только действительность окружающего мира, отдельно взятого человека, но и общественное самосознание людей, их менталитет, национальные особенности, традиционные ценности, моральные принципы и их мировосприятие. Человек воспринимает мир через то, что он говорит, и люди, говорящие на разных языках, воспринимают окружающую действительность по-разному, так как в сознании каждого из нас своя картина мира, заложенная культурой и опытом предшествующих поколений. Находясь в коммуникации, человек обогащает язык, раздвигая границы такого понятия, как массовая коммуникация. При этом огромное значение придается смысловой нагрузке слова как единице лингвокультурного аспекта.

Учитывая реальность текущего времени, мы можем наблюдать трансформацию способов передачи информации СМИ. И с этой точки зрения представляет инте-

рес язык как способ, формирующий лингвокультурное пространство. М.В. Шкондин указывает, «если наука создает научную картину мира, искусство – художественную, то журналистика как тип творчества производит, создает такой информационный продукт, как целостная картина текущей действительности и никто, кроме нее, эту важную для общества работу не выполняет» [2: 7]. Духовные продукты, создаваемые журналистами (в жанрах репортажа, интервью, комментария, корреспонденции и др.), представляют собой итог систематизированного и непрерывного практически-духовного освоения мира.

Деятельная природа журналистов, выступающих медиаторами, их мощные энергетические свойства служат объяснением тому, что и слово, и символ, и миф могут обладать как созидательной, так и огромной разрушительной силой. Важнейшее условие существования медиаторов состоит в том, чтобы люди относились к ним лишь как к посредникам, основываясь на свободной, осознанно-ответственной деятельности по их использованию. При обращении к средствам массовой информации читатель тоже становится коммуникатором, передающим информацию, и коммуникантом, участвующим в процессе общения.

Проблема воздействия языка на человека, его способ мышления и его поведение сегодня напрямую связана со средствами массовой информации. Информирова человека о состоянии мира и заполняя его досуг, средства массовой информации оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня. Интегральным результатом деятельности средств массовой информации как коммуникативной системы должно быть создаваемое ими единое информационное пространство, которое образуется тогда, когда средства массовой информации помогают членам общества общаться, взаимодействовать друг с другом, чтобы организовано участвовать в различных видах социальной деятельности.

В системе средств массовой информации значительную роль играют телевидение, газеты, интернет, основной целью которых является воздействовать и побуждать к действию общественные массы. Таким образом, на поверхности средств массовой информации появляется различная тематика для публикаций: политическая, экономическая, культурная, социальная. Так как информационное поле охватывает различные сферы жизнедеятельности человека, возникает интерес к языковой передаче информации. В этой связи необходимо подчеркнуть роль культуры в процессе коммуникации. Именно сфера средств массовой информации играет огромную роль в формировании и отображении общественного сознания. Согласно определению Э. Б. Тайлора, «...культура представляет собой целостный комплекс, который включает в себя знания, верования, искусство, нравы, право, обычаи и прочие способности, характерные черты и привычки, приобретаемые человеком как членом общества» [3: 169]. Таким образом, культура трактуется как определение человека, взятого с точки зрения его всеобщности, человеческой истории.

Следует отметить, что именно в средствах массовой информации наиболее отчетливо проявляется воздействующая функция языка. Сложно переоценить роль средств массовой информации в создании стереотипов, формирующих общественное сознание.

Существуют некоторые характерные особенности языка массовой коммуникации, которые были отмечены и у М. Н. Володиной:

1) количественное и качественное усложнение сфер речевой коммуникации, в которых развиваются новые виды текста и диалогических форм;

2) разнообразие норм речевого поведения отдельных социальных групп, свойственное современной речевой коммуникации, которое находит отражение в языковой действительности средств массовой информации;

3) демократизацию публицистического стиля и расширение нормативных границ языка массовой коммуникации;

4) «американизацию» языка средств массовой информации;

5) следование речевой моде [4: 89].

В связи с этим становится важным осознание вопроса о формировании высокой информационно-языковой культуры, о сохранении языковых традиций и культуры речи. Изучение языка массовой коммуникации даёт возможность для определённого круга учёных понять влияние языка на психо-эмоциональное восприятие действительности человеком, его культуру и самобытность.

Вследствие сказанного, интегративный подход становится одной из сильнейших сторон науки о средствах массовой информации, позволившей выявить наиболее актуальные аспекты изучения языка массовой информации (лингвистический, герменевтический, психолингвистический, социологический, когнитивно-информационный, риторический, культурологический).

Учеными подчеркивается необходимость специального изучения когнитив-

ной составляющей языка средств массовой информации. Существует несколько коммуникативных стилей: драматический, спорный, доминантный, успокаивающий и т. д., и в зависимости от языкового приема достигается заданная цель, используемая в массовой коммуникации как мощнейший фактор воздействия на массовое сознание. По сути, язык должен способствовать обогащению внутреннего мира и воспитывать культуру человека. Однако набирающий темп технический прогресс способствует трансформации языка на более низкий уровень рекламы, что, в свою очередь, подменяет базовые ценности понятия «культура».

В конце 90-х годов отмечают события, воздействующие на общество, резкое расширение состава участников массовых коммуникаций, разрушение цензуры, размывание границ между официальным публичным и неофициальным личным общением и т.д.

Мощным внешним фактором, обусловившим динамику развития лексики публицистики, является фактор лингвокультурологический, который учитывает и культуру и язык.

В работах современных лингвистов делается попытка осмыслить позднейший этап в развитии языка, определить тенденции развития, общие для всех уровней, в первую очередь, лексического. Языковые процессы – демократизация и интеллектуализация, как и вульгаризация, – стали неотъемлемой частью нашей культурно-исторической эпохи.

По мнению В.Г. Костомарова, языковые изменения вызваны, в первую очередь, социальными факторами. Отказ от тоталитарной системы вызвал раскрепощение во всех сферах, в том числе и в языке. Если

в прошлую эпоху «...даже естественные колебания нормы казались нежелательными, то теперь люди склонны к подчеркнутой вариативности, если не к разрушению нормы вообще» [5: 29]. В русском языке он отмечает возрождение книжной лексики, «...в частности всего церковно-сакрального массива, и широкое вовлечение в литературный обиход разговорно-просторечных слов» [5: 52-53].

Почти все ученые сходятся во мнении о том, что развитие языка так или иначе связано с концепциями современного культурного сознания и современной культурной, идеологической и политической ситуацией.

Важно отметить, что лингвистика начинает поворачиваться лицом к общекультурным процессам, не ограничиваясь чисто социальными и внутрилитературными факторами, ощущает необходимость анализа языковых изменений в более широком культурном контексте, а для самих лингвистов важным стало понимание вопроса воздействия языка на человека как непосредственного участника массовой коммуникации. Необходимо вспомнить мысль Э. Сепира о том, что именно «...язык является символическим руководством к пониманию культуры» [6: 117]. Так, например, проанализировав язык публицистических текстов, можно выявить определенные языковые и метаязыковые модели, характерные только для данного пласта лексики и только для определенной культурно-исторической эпохи (ситуации). Следовательно, как язык формирует культуру, так и культура влияет на язык, а язык массовой коммуникации представляет собой особую сферу употребления языка, требующего к себе особого внимания.

### Примечания:

1. Островская Т.А. Концептуализация понятия «поведения человека» в исследовании дискурса элиты // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. Майкоп, 2015. Вып. 2. С. 95-99.

2. Шкондин М.В. СМИ как коммуникативная система // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2002. С. 7-9.
3. Тайлор Э.Б. Первобытная культура: пер. с англ. М.: Политиздательство, 1989. 573 с.
4. Володина М.Н. О специфике языка массовой коммуникации: материалы конф. отделения МАИ. 1999. С. 86.
5. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи (из наблюдений над речевой практикой масс-медиа). М.: Педагогика-Пресс, 1997. 321 с.
6. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс, 1993. 508 с.

#### References:

1. Ostrovskaya T.A. Conceptualization of the concept of «person`s behavior» in the research of elite discourse // Bulletin of Adyghe State University. Ser. Philology and the Arts. Maikop, 2015. Iss. 2. P. 95-99.
2. Shkondin M.V. Mass-media as a communicative system // Bulletin of Moscow University. Ser. 10: Journalism. 2002, P. 7-9.
3. Tylor E.B. Primitive Culture // transl. from English. M.: Politizdatelstvo. 1989. 573 pp.
4. Volodina M.N. On the specifics of the language of mass communication. Materials of the conference of MAI department. 1999, P. 86.
5. Kostomarov V.G. Language taste of the era (from observations of speech practice of mass-media). M.: Pedagogika-Press, 1997. 321 pp.
6. Sapir E. Selected works on linguistics and cultural studies. Progress publishing house. M.: 1993. 508 pp.