

## **ИЗУЧЕНИЕ РОЛИ СМИ КАК ОБЩЕСТВЕННОГО ИНСТИТУТА В ДИНАМИКЕ ЯЗЫКОВЫХ ПРОЦЕССОВ**

**Айсанем КАЛБАЕВА**

*Магистр кафедры Лингвистики английского языка  
Узбекского государственного университета мировых языков*

***Аннотация.** В работе исследуется роль института средств массовой информации в динамике языковых процессов. Обоснована важность этой проблемы, приведены ключевые подходы к ее изучению, а также выявлены механизмы, определяющие интенсивность и последствия влияния средств массовой информации на изменения в обществе.*

*Приведены теоретические анализы и изучены труды, мнения учёных освещающие проблемы, касающиеся институционализации СМИ, формирования предпосылок этого процесса, проявлений взаимодействия данного института с остальными.*

***Ключевые слова:** средства массовой информации, общественный институт, всемирная паутина, интернет, медиалингвистика, геолингвистика, медиатекст, лингвокультура.*

На сегодняшний день средства массовой информации представляют собой, совершенно особенное образование, имеющее многообразный характер: политического инструмента влияния на формирование мнения общества; общественного института. Средства массовой информации представляют собой обширный предмет для изучения его различными науками. Важное место здесь занимает не только его многоаспектность, но и значение деятельности СМИ для общества.

Сегодня мы становимся свидетелями важных процессов, которые происходят в условиях мировой глобализации в сфере обмена информацией. Появление Интернета в современном мире стало началом возникновения своего рода огромного медийного пространства, в котором доминируют скорость, возможность присутствия больших или малых групп вне зависимости от границ и географических расстояний.

В целях дальнейшего углубления реформ, направленных на создание максимально благоприятных условий для осуществления деятельности средств массовой информации Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев принял постановление о развитии деятельности пресс-служб государственных органов [1]. Данные меры расширяют открытость перед народом, обеспечивают тесную работу со СМИ, журналистами и блогерами по общественным вопросам, а также повышают статус пресс-секретарей до уровня заместителя главы ведомства.

Наряду с этим в Узбекистане созданы необходимые организационно-правовые, технические условия для формирования и развития в информационной сфере общественных, негосударственных институтов и структур. В стране осуществляют свою деятельность Творческий союз журналистов, Национальная ассоциация электронных СМИ, Общественный фонд поддержки и развития электронных СМИ. Образован Общественный фонд поддержки и развития независимых печатных средств массовой информации и информационных агентств, а также целый ряд других общественных объединений, задействованных в данной области.

Важно отметить стремительный рост массовой коммуникации и новых информационных технологий, появление и распространение всемирной паутины - интернета привели к созданию единого информационного пространства, особой виртуальной среды, образованной совокупностью множества медиапотоков. Все это не могло не сказаться на процессах производства и распространения слова, на особенностях речеупотребления и характере языковых изменений.

Как показывает статистика, на сегодняшний день в Республике Узбекистан осуществляют деятельность по работе с информацией более 600 пресс-секретарей. Принятые меры позволили насытить информационное поле Узбекистана информацией о проводимых реформах и работе государственных органов в этом направлении [2].

Более половины новостного информационного потока в сети Интернет на сегодняшний день формируется посредством активной деятельности пресс-служб государственных органов.

Системный анализ языка СМИ является задачей новой, возникшей на рубеже XX и XXI вв. дисциплины, которую Т.Г. Добросклонская предлагает называть медиалингвистикой, по аналогии с англоязычным термином *media linguistics*, используемым, в частности, британским исследователем Дж.Корнером. Медиалингвистика - дисциплина, возникшая на стыке наук, сочетает в себе черты двух направлений: собственно лингвистических исследований и медиалогии - направления, занимающегося комплексным изучением СМИ.

В современных исследованиях термин «язык СМИ» понимается и исследуется, как корпус текстов, производимых и распространяемых СМИ, как устойчивая внутриязыковая система с определенным набором лингвостилистических признаков и как особая знаковая система смешанного типа со специфичным для каждого из СМИ соотношением вербальных и аудиовизуальных компонентов [3].

Объем речепользования на сегодня приходится именно на сферу массовой коммуникации. Тексты массовой информации, или медиатексты, являются одной из самых распространенных форм современного бытования языка, а их совокупная протяженность намного превышает общий объем речи в прочих сферах человеческой деятельности. При этом корпус текстов, ежедневно производимых и передаваемых по каналам СМИ, продолжает постоянно увеличиваться.

Глобализация мирового информационного пространства способствовала не только значительному расширению сферы влияния английского языка, но и превращению его в общепризнанный язык международного общения - *lingua franca*.

Геолингвистический уровень, как следует из самого названия, предполагает анализ того, как воздействуют СМИ на состояние и развитие общей лингвокультурной ситуации в мире и в регионах. Здесь внимание сосредотачивается на таких важнейших количественных и ареальных показателях,

как изменение числа говорящих на том или ином языке, передел языковых сфер влияния, увеличение роли одних и уменьшение роли других языков в мировом информационном пространстве. Одним из основных признаков современной геолингвистической картины мира является бесспорное доминирование английского языка, которое проявляется, в том числе, и в сфере массовой коммуникации. Совокупный объем англоязычных медиатекстов в силу целого ряда причин экономического, политического и социокультурного характера заметно превышает объем текстов массовой информации на других языках мира.

Можно отметить, мнение И.Д. Фомичёва, «нигде (кроме как в интернете) нет возможности так легко выдавать чужое за свое, использовать третичный, пятеричный и т.д. текст, «сливать компромат» [4]. Здесь так же приводится весьма любопытное, но не бесспорное мнение американского ученого Д. Мэррилла о том, что «компьютерные сети и общение людей через Интернет не являются журналистикой и имеют отношение к СМИ не больше, чем человек, который общался со своим соседом через забор на заднем дворе» [5].

Помимо стремления к определению четких границ публицистического стиля многие авторы говорят и о смешении стилей. С.И. Сметанина отмечает: «Особенность современного состояния СМИ проявляется во вторжении в медиатекст внешних, иностилевых элементов, существенно расширяющих ассортимент лексических единиц, традиционно использующихся в материалах прессы, предназначенных для публичного тиражирования» [6].

Демократия на сегодня гарантирует для СМИ режим гласности, свободу слова, печати, а также, возможность существовать не одну, а множеству каналов по сбору, обработке, распространению и получению информации с точки зрения демократического режима осуществления власти в государстве. Следовательно, СМИ в своей деятельности обязаны руководствоваться существующими нормами публичного права, а также - существующими нормами поведения, культурными обычаями и традициями, что уже превращает СМИ в активных участников взаимоотношений с органами государственной власти.

Как было отмечено выше, СМИ представляет собой социальный институт, более конкретно - коммуникативную систему, внутри которых действуют организации и институты, осуществляющие сбор, анализ и оценку информации, её обработку и распространение среди читателей. Основу коммуникативной системы представляет пресса, функционирующая в различных формах и видах, но преследующая, независимо от них, единые цели, разрешающая одинаковые задачи и имеющая инструментарием примерно идентичный набор функций и средств.

Можно охарактеризовать СМИ с точки зрения их общественной сущности, дать определение средство массовой информации, как часть общественного процесса коммуникации, который позволяет ей функционировать в соответствии не только с установленными законом правилами, но и руководствуясь собственными нормами, которые выстраиваются учредителями и журналистами (редакторами) с оглядкой на собственные интересы.

Делая итог из выше изложенного средства массовой информации являются достаточно сложно структурированным общественным институтом, создаваемые для сбора, обработки, анализа информации и ее доведения с помощью специальных технических средств до различных социальных групп, что одним из главных механизмов является язык, языковой процесс. Анализ языковых процессов на интерлингвистическом уровне позволяет также высказать предположение о том, что существует некая мода на определенные слова и выражения, распространяемая через средства массовой информации, и именно средство массовой информации способствуют распространению нового, «модного» варианта употребления лексемы на другие лингвокультурные ареалы.

В лице своих представительных органов власти, государство является участником информационного потока, выступая, как создатель информационных поводов, так и как их потребитель, при этом СМИ, благодаря своим функциональным возможностям, позволяют удовлетворять косвенным образом и другие потребности индивида и общества.

### **Список использованной литературы**

1. Постановление Президента Республики Узбекистан, от 27.06.2019 г. № ПП-4366. <https://lex.uz/docs/4390515>
2. Муминов А.Г. Организационно-правовые условия развития СМИ Узбекистана: вопросы либерализации масс-медиа и совершенствования их деятельности. Вестник Челябинского государственного университета. Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 33 (287). Вып. 13. С. 71-74.
3. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. - М: Флинта: Наука, 2008. - 263 с. - библиогр: С. 257-261.
4. Фомичёва И.Д. Социология СМИ: Учебное пособие для студентов вузов. М., 2007.
5. Мэррил Д., Дэннис Э. Беседы о масс-медиа. М., 1997.
6. Сметанина С.И. Медиатекст в системе культуры: (Динамич. процессы в языке и стиле журналистики конца XX в.). - СПб., 2002. С. 383.