

ВОЗНИКНОВЕНИЕ И РАЗВИТИЕ СМИ

Мингбоева Мохинур Асрор кизи

mohinurmingboyeva2001@gmail.com

Негосударственное образовательное учреждение

Университет Турон (Узбекистан)

Науч.рук: ф.ф.ф.д. Буранова Ж.А

доц. кафедры русского языка и литературы

Каршинского государственного университета

Аннотация. Статья посвящена исследованию возникновения и развития средств массовой информации (СМИ), а также их роли в современной коммуникации. Рассматриваются основные функции СМИ, такие как информирование и влияние на общественное мнение, а также эволюция их форм, начиная от традиционных печатных изданий до современных электронных платформ. Особое внимание уделено публицистическому стилю, который используется в языке СМИ и сочетает в себе функции передачи информации и воздействия на аудиторию. В статье также анализируются особенности лексики и синтаксиса публицистического стиля, его эмоционально-экспрессивный характер и роль в формировании общественно-политического контекста. Исследование подтверждает важность средств массовой информации как инструмента влияния на общество и подчеркивает их динамичное развитие в условиях технологических изменений.

Ключевые слова: средства массовой информации, публицистический стиль, язык СМИ, общественное мнение, коммуникация, лексика, синтаксис.

Abstract. The article is dedicated to the study of the emergence and development of mass media (MM), as well as their role in modern communication. It examines the main functions of the media, such as informing the public and influencing public opinion, as well as the evolution of its forms, from traditional print publications to modern electronic platforms. Special attention is given to the journalistic style used in the language of the media, which combines both the functions of conveying information and influencing the audience. The article also analyzes the features of the lexicon and syntax of the journalistic style, its emotional-expressive nature, and its role in shaping the socio-political context. The study confirms the importance of mass media as a tool of influence on society and highlights its dynamic development in the context of technological changes.

Keywords: mass media, journalistic style, media language, public opinion, communication, lexicon, syntax.

Роль средств массовой информации важна в донесении сути государственной политики, процесса реформ в нашей стране, в формировании общественного мнения, в удовлетворении потребностей людей.

Средства массовой информации (СМИ) — считаются средством донесения информации до широких масс. В настоящее время эти формы также называются такими именами, как трансляция (устная) и опубликованная (письменная).

Согласно законодательству Республики Узбекистан периодические издания имеют постоянное наименование и доступны в печатной (газеты, журналы, информационные бюллетени и т.п.) или в электронной форме (телевидение, радио, видео, программы кинохроники, сайты в сетях телекоммуникаций общего пользования). Не реже одного раза в шесть месяцев форма, в которой оно издается или передается в эфир, а также иные формы периодического распространения средств массовой информации, называются средствами массовой информации. Это означает, что к письменной форме СМИ относятся газеты, журналы, информационные бюллетени и т. д., которые печатаются в письменном виде, а к устной или электронной форме относятся теле- и радиопередачи.

На фоне межстилевой (нейтральной) лексики выделяется не только лексика устной речи, но и книжная (письменная) лексика.

Книжная лексика, в отличие от лексики устной речи, выступает как более устоявшаяся по составу, традиционно нормированная и более сложная по своей организации. Основная форма реализации книжной лексики – письменная [1]

В книжной лексике выделяются следующие функционально- стилистические пласты: научный, официально-деловой, публицистический. Как самостоятельные пласты можно также выделить поэтические лексику и экзотизмы. В современном обществе публицистический стиль выполняет особую роль языкового ориентира, регулятора речи. А само понятие стиль (от лат. *stilus, stylus* – остроконечная палочка для письма) – объединённая определённым функциональным назначением система языковых элементов, способов их отбора, употребления, взаимного сочетания и соотношения, функциональная разновидность литературного языка[2]. Каждый стиль по-своему распоряжается словом. Так, научная речь стремится ограничить значение слова понятием четким, очерченным, стабильным, выделить, подчеркнуть понятийное. Разговорная речь отличается наибольшей подвижностью слова, имеющего широкое, слабо дифференцированное, расплывчатое значение. Принципиальное отличие публицистического слова заключается в большой роли в нем эмоционального, приобретающего в рамках газетно-публицистического стиля оценочный характер.

Публицистика (от лат. *publicus* – общественный) – наиболее богатая разновидность литературы. Публицистика — это литература по общественно-политическим вопросам современности. Предмет публицистики — жизнь в

обществе, политика, экономика — касается интересов каждого человека. По самой своей сути публицистика призвана активно вмешиваться в жизнь, формировать общественное мнение. Публицист не пассивный регистратор событий, но активный их участник, страстно и открыто отстаивающий идеи, которым он привержен [3].

Одной из важных особенностей публицистического стиля является сочетание в его рамках двух функций языка: функции сообщения (информативной) и функции воздействия (воздействующей, или экспрессивной). Говорящий использует этот стиль тогда, когда ему необходимо не только передать какую-то информацию (сообщение), но и произвести на адресата (часто массового) определенное воздействие. Этим и обусловлена яркая эмоционально-экспрессивная окраска публицистического стиля, не характерная ни для научной, ни для официально-деловой речи .

На сегодняшний день к проблеме соотношения публицистического стиля и языка газеты или языка средств массовой информации в целом в научном мире существует три основных подхода [4].

Первая точка зрения заключается в полной тождественности языка газеты и публицистического стиля литературного языка. Согласно взглядам таких ученых, как Н. И. Клушина, М. Н. Кожина, И. П. Лысакова, Г. Я. Солганик и др., публицистический стиль, сохраняя свою целостность, развивается, дифференцируется.

Учеными признается, что публицистический стиль имеет две формы существования. Это – **письменная** форма (газета, журнал, а сегодня еще и Интернет) и **устная** форма (радио, телевидение, кино). Таким образом, согласно первой точке зрения, когда подразумевается тождественность между языком средств массовой информации и публицистическим стилем, несмотря на представленный выше широкий диапазон функционирования, все языки массовой коммуникации ограничиваются строго рамками публицистического стиля литературного языка.

Другая точка зрения гласит, что публицистический стиль – это речевая основа языка средств массовой информации, но тождественным ему не является. По мнению О. Н. Григорьевой, сегодня язык средств массовой информации захватывает все новые функциональные разновидности русского языка, превращаясь в мощную систему [5]. Учитывая постоянный коммуникативный прогресс человека, а следовательно и прогресс того или иного литературного языка, есть основание, например, для дробления и расширения функциональных стилей, выделяя публицистический стиль (газета) как принадлежность к книжно-письменной речи, а язык, используемый в электронных средствах массовой информации (телеречь, язык радио, язык документального кино и т.д.), – как устную сферу книжной речи, притом объединяя их все в стили

массовой коммуникации¹.

Публицистический стиль характеризуется популярностью, образностью, полемичностью изложения, яркостью выразительных средств положительной или отрицательной экспрессии. В лексике публицистического стиля широко используются общественно-политические термины (партия, партийность, митинг, демонстрация), эмоционально-оценочные слова (новатор, пресс-секретар, доблестный, вдохновляющий, труженик), экспрессивно – связанное словоупотребление (уверенной поступью, плечом к плечу), во фразеологии – перифрастические построения (белое золото – <хлопок>, мягкое золото – <пушнина>, зелёный друг – <лес>), а также фразовые серии (зелёная энергетика, зелёная экономика, зелёная повестка и т.п.). Морфологическими средствами публицистического стиля являются словоформы и префиксами анти-, нео-, псевдо- и с суффиксами –ация, –фикация, –ист, –тор, –изм, –овец, сложные прилагательные (агитационно-пропагандистский, массово-политический), императивные формы глаголов, выражающие призыв к совместному действию (выполним, действием, встретим и т.п.). Синтаксис публицистического стиля определяется употреблением конструкций с различными видами инверсии, с повторами слов и синтагм, а также предикативных звеньев сложного целого, риторических вопросов и обращений, конструкций с автономией придаточного предложения или часто простого предложения. В русском языке публицистический стиль начинает формироваться в 16–17 вв. (челобитные Ивана Пересветова, переписка Ивана Грозного и князя Курбского, сочинения Г. Котошихина, Т.Посошкова), в основных же чертах складывается в 18-19 вв. (сочинения А.Н. Радищева, Н.И. Новикова, В.Г. Белинского, А.И. Герцина, Н.А. Добролюбова, Д.И. Писарева, Н. Г. Чернышевского).

Итак, с функцией воздействия на массового читателя или слушателя связана такая черта газета-публицистического стиля, как его эмоционально-экспрессивный характер, а с быстротой передачи общественно значимой информации связан стандарт этого стиля.

Средства массовой информации играют ключевую роль в современной информационной и культурной жизни, выполняя важную функцию передачи информации и формирования общественного мнения. Исследование возникновения и развития СМИ показало, как изменялись их формы и способы передачи информации, от традиционных печатных изданий до современных электронных платформ. Важным аспектом является роль публицистического стиля, который объединяет информативность и воздействие на аудиторию, отражая актуальные общественно-политические процессы.

Публицистический стиль, обладая яркой эмоциональной окраской и выразительными средствами, активно используется в языке средств массовой информации, обеспечивая не только передачу фактов, но и влияние на восприятие аудитории. В то же время, на основе анализа различных точек зрения, можно утверждать, что язык СМИ является динамичным и многогранным, где публицистика играет центральную роль, но со временем приобретает новые формы, что связано с развитием технологий и новых способов общения.

Таким образом, средства массовой информации остаются важнейшим инструментом формирования общественного мнения, а анализ их языка и стиля помогает лучше понять процессы, происходящие в обществе.

Использованные литературы

1. русский язык энциклопедия гл.редактор Ф.П. Филин.М.1979 с 336.
2. Казак М. Ю. Язык газеты. Белгород: ИД «Белгород», 2012. 118 с, с. 17.
3. Григорьева О. Н. Публицистический стиль в системе функциональных разновидностей языка // Язык средств массовой информации: учеб. пособие. М.: Академический проект; Альма Матер, 2008., с. 364
4. Источник: В.И. Максимов. Русский язык и культура речи: Учебник. - М.: Гардарики,2001. - 413 с.2001