



Газета как зер

современного я





Цель:

**Провести наблюдения за
ЯЗЫКОМ
современной прессы, в том
числе за
употреблением жаргона в
СМИ.**

Проблемный вопрос

**Влияют ли на
языковую
культуру
россиян СМИ?**



Наблюдение за неологизмами в СМИ



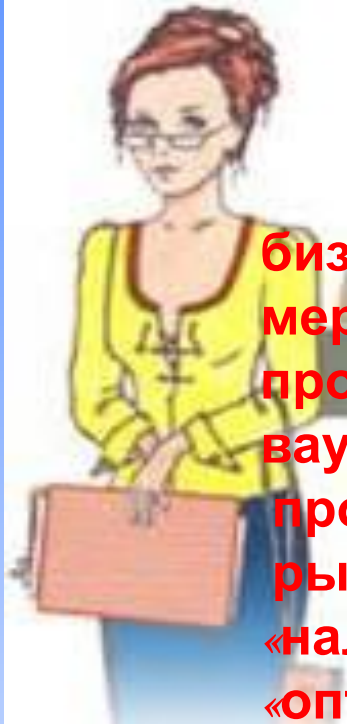
1. В СМИ (газетах, журналах) политического содержания, наиболее распространены такие слова и словосочетания, как:

инновации; демократия; инвесторы; инвестиции; министр; перспективы; бюрократ; администрация; чиновник; чиновничество; власть; бюрократизм; терроризм; олигархия; депутат; инфляция; референдум; киллер; «теневая экономика» «круговорот доллара» «оборотни в погонах» и др.

2. В культурно-развлекательной прессе употребляются слова:

тележанр = телевизионный жанр;
телесериал = телевизионный сериал;
авиашоу = авиационное шоу;
телешоу = телевизионное шоу;
продюсер; суперзвезда; телезвезда; шоумен; телеведущий; радиоведущий; меломан; мелодрама; премьера и др.

3. В прессе связанной с



бизнес, бизнесмен;
мерчандайзинг;
промоакция;
ваучер;
промоутер;
рынок
«наличка»;
«ОПТОВИК»;

ЧИФ = чековый инвестицион-
ный фонд;

ЕВЕ = европейская валютная
единица;

7. А в молодёжных журналах часто
всего мож-

АКБ = акционерный

коммерческий банк
увидеть следующие слова и
словосочита-
ния:

мода; имидж;

ди-джей; тинэйджер;

фанат; тусовка;
хобби; хит-парад;
гламур;
шоубизнес;
вечеринка; фитнес;
стиль; реалити-шоу;
виджей; интриги;
престиж и др.



Причины жаргонизации

На основе наблюдения за языком СМИ и соцопроса я

сделала следующие выводы:

усложнение социально-культурной реальности

4%

сти (ломка традиции, норм НТР (делают общение динамичной системой)

6%

стремительное, постоянное ускорение и обновление современной жизни

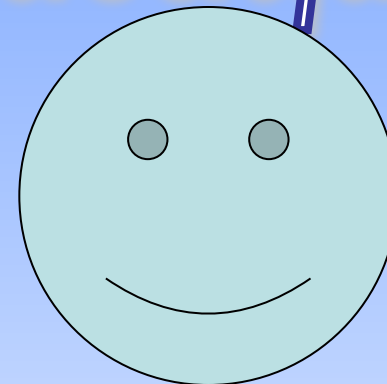
10%

Заполнение русского языка иностранной лексикой

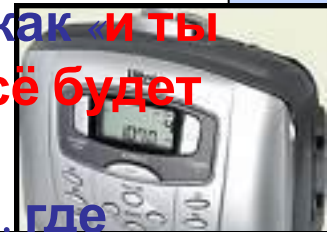
30%

появление в СМИ различных ток-шоу, развлекательных передач, музыкальных каналов (поп, рэп, рок музыки)

50%



Жаргонизмы часто всего встречаются в таких СМИ, как *TV*, радио, кино, рекламы, интернет, пресса. Например, в молодежных журналах *Yes, Cool, Bravo, Girl* можно встретить жаргонизмы: **зашибись, улёт, отпад, клёво, круто, супер, блин** и подобные словечки, заменяющие вполне безобидные слова-синонимы («хорошо-«плохо»). Из музыкального *TV*, в частности *MTV*, мы слышим жаргонизмы: **тащусь, торчу от Децла**, из текста песен («**мне всё по барабану**»-группа Сплин, «**Заколебал ты**» - группа Дискотека Авария). В рекламах мы каждый день слышим такие фразы-жаргонизмы, как «**и ты узнаешь цену лайфа**», «**не тормози**», «**это полный улёт**», «**всё будет зашибись**», «**заходи к нам на тусняк**» и другие выражения. Заходя в интернет на форум, где общается молодёжь, мы видим слова и словосочетания: **мне это абсолютно параллельно, сугубо фиолетово, по барабану, заколебать народ, депрессняк, лимон вместо мил-**



Результат исследования



Молодёжь чаще всего ориентируется на язык современной прессы, TV, и вообще на язык СМИ в целом, это даёт подростку возможность свободно самовыражаться, чувствовать себя наравне со своими сверстниками. Поэтому, начитавшись молодёжных журналов, посмотрев ток-шоу или прослушав несколько песен поп-культуры, молодёжь включает в свой лексикон «модные словечки». В результате появляется некое отклонение от норм русского языка, что ведёт к его «засорению». Жаргонизмы постепенно занимают место нормированной лексики. К примеру, «улёт, отпад!» – так может выразить восторг сегодняшняя школьница, скучную музыку назовет «депрессняк», а примерного одноклассника – «ботаник».

Человеческое восприятие постоянно испытывает влияние современных СМИ. Информир-уя человека о состоянии мира и заполняя его досуг, СМИ оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, на язык и тип культуры сегодняшнего

Источники информации

Газеты:

«Коммерсант» №51 6.07.2007

«Аргументы и факты» №43

5.06.2007

«Радио и телевидение» №31

8.03.2006

«Кино +» №50 7.02.2007

«Курьер» №24 9.05.2007

Журналы:

«Cool» №36 5.09.2006

«Girl» №9 6.03.2007

«Yes» №6 1.09.2006

«Bravo» №4 5.06.2007

«Мир культуры» №13 4.03.2007

«Новости» №19 3.05.2007

«Реклама и право» №7 20.05.2007

Каналы телевидения

сайт Интернета <http://www.philology.ru>

Толковый словарь русского языка Ожегова С.И., Шведовой Н.Ю.М. (1995).

Скляревская Г.Н. Толковый словарь русского языка конца XX века.

М. (1996).

Русский язык. Энциклопедия Караулова Ю.Н. М. (2004).

Земская Е.А. Русский язык конца XX столетия. М. (1996).



Спасибо за внимание





Работу выполнила:

ученица 11 класса "А"

СОШ №5

Насоби́на Кристи́на

Руководитель:

Кашина Наталья

Валентиновна

2007 год

