Муниципальное казённое общеобразовательное учреждение муниципального образования «Закрытое административно-территориальное образование Знаменск Астраханской области»

 «COШ № 236»

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

по русскому языку

на тему «Влияние СМИ на речь современного школьника»

*Выполнила:*

 Ученица 10 «Б» класса,

 Волчкова Юлия

 *Преподаватель:*

Ряховских Светлана Анатольевна,

учитель русского языка и литературы

 Знаменск 2020 год

Содержание

Введение…………………………………………………………………………..3

Глава I.Что означает СМИ? Их роль, особенности и значение ………..….…4

Глава II. Влияние СМИ…………………………….…………………………….4

Глава III.Особенности СМИ……………………………………………………..5

Заключение………………………………………………………………………..8

Список использованных источников………………………………………..…..9

**Введение**

В последнее время я стала обращать внимание на речевую безграмотность. Множество речевых и грамматических ошибок допускают как подростки, так и взрослые, образованные люди. Порой кажется, что забыты все правила русского языка. Мне стало интересно: почему люди говорят и пишут с ошибками? Ведь несколько лет назад человечество было грамотнее, об этом нам говорят различные результаты исследований, проведённых учёными.

Заинтересовавшись данной проблемой, я выбрала следующую **тему проекта**: «Влияние СМИ на речь современного школьника».

**Предметом исследования** являются языковые особенности средств массовой информации (Интернет, радио, газеты и т. д.), оказывающих влияние на речь детей «онлайновой эпохи».

**Цель работы**заключается вопределении роли средств массовой информации в формировании лингвистически компетентной языковой личности – учеников «онлайновой» эпохи.

Исходя из цели, я поставила **задачи**:

* *изучить* лингвистические, психолого-педагогические и социологические источники на тему исследования.
* *проследить*, как осуществляется языковое манипулирование в СМИ – виды и приёмы речевого воздействия.
* *провести* опрос среди учащихся школы с целью выяснения их отношения к СМИ.

**Актуальность проектной работы** заключается в том, что в настоящее время уровень грамотности обучающихся в школе, а также их речевой этикет неизбежно падает, а способствуют этой тенденции, прежде всего, источники СМИ: Интернет, телевидение, радио, газеты, журналы.

**Практическая значимость** данного проекта состоит в использовании его материалов на уроках русского языка по изучению уровня речевого развития общества, а также по изучению современных источников информации и их особенностей.

При создании своей работы я использовала следующие методы исследования:

* сбор и поиск информации
* анализ
* анкетирование
* наблюдение
* классификация и систематизация

**Глава 1. Что означает СМИ? Их роль, особенности и значение**

А что же означает понятие СМИ? Такого термина нет ни в словаре С. И. Ожегова, ни в словаре Д. Н. Ушакова. Сначала я задала этот вопрос обучающимся нашей школы и получила такие ответы:

- газеты, Интернет, телевидение, радио;

- сфера человеческой деятельности, которая доводит до людей информацию;

- любая новость, напечатанная в источниках письменной речи, сказанная в телепередаче, радио, Интернете;

- средства, с помощью которых люди узнают новости.

Но точное значение данной аббревиатуры я нашла лишь в современной универсальной интернет-энциклопедии «Википедия» и выяснила, что ***средства массовой информации*** — совокупность органов  публичной  передачи, распространения информации с помощью технических средств.

Изучив учебную (лингвистическую) литературу, я узнала, что среди признаков, указывающих на средства массовой информации, выделяют:

* *массовость* (применительно к законодательству Российской Федерации, 1000 и более экземпляров для газет, журналов и рассылок);
* *периодичность*, которая не должна быть меньше одного раза в год;
* *принудительность*: один источник сигнала (вещатель, редакция) — много слушателей.

**Глава 2. Влияние СМИ**

Состояние русской языковой культуры волнует сегодня многих. Об этом говорят и пишут педагоги и журналисты, писатели, ученые - языковеды, специалисты - все, кому дорог родной язык.

Именно в средствах массовой информации происходят изменения языковой нормы русского языка. С одной стороны, эти виды коммуникации обогащают язык, держат нас в курсе событий. С другой же стороны, мы отступаем от норм речи, используем жаргонизмы («кайф», «тусовка», «крыша поехала» и др), варваризмы (например, «блёф вместо блеф» и т.д.) и иноязычные слова («эксклюзивный», «харизма», «прайс-лист», «тинейджер»,«секьюрити» и др.). Наш язык в устах молодых людей становится некорректным и безграмотным.

Если раньше СМИ служили примером уровня речевой культуры, способствовали его повышению, то в настоящее время СМИ в большой степени способствуют его деградации: речь многих ведущих развлекательных, а иногда и аналитических программ неправильно построена, зачастую даже загрязнена словами-паразитами. А так как телевидение, радио и пресса – уже неотъемлемые спутники большинства людей, то и речь последних тоже стала ухудшаться.

Исходя из вышеназванных фактов, я провела опрос среди учащихся-подростков в возрасте от 12 до 16 лет с целью выяснения их отношения к современным источникам информации. Результаты получились следующие:

- около 46 % опрошенных ответили, что относятся к СМИ скорее негативно, чем позитивно;

- около 19 % опрошенных выбрали вариант «скорее позитивно, чем негативно»;

- более 12 % ответили, что их отношение к современным источникам информации весьма положительное;

- более 17 % опрошенных сказали, что считают СМИ негативными и ненужными материалами;

- около 5 % выбрали вариант «затрудняюсь ответить».

При подведении итогов опроса можно сказать, что более 60 % опрошенных подростков уверены, что СМИ оказывают негативное влияния на речь человечества, а в частности на их собственную языковую культуру.

**Глава 3. Особенности СМИ**

Изучив методическую литературу, я узнала, что лингвисты-социологи выделяют среди источников средств массовой информации три группы, а именно:

* *Интернет*;
* *Телевидение и радио*;
* *Печатные издания*.

Постараемся разобраться с каждым источником информации отдельно, выяснить их особенности и роль в жизни общества.

**Интернет**

В наше время Интернет стал очень популярен, подростки достаточно много времени проводят в этой «глобальной паутине». Ничто так не влияет на речь, как этот источник коммуникации. Современное поколение использует в электронной речи компьютерную терминологию, жаргонизмы, слова из категории молодёжного сленга, но, к сожалению, забывает о грамотности, о нормах пунктуации, о правильном произношении и правильном построении предложений. Интересным фактом может послужить подборка самых распространённых орфографических ошибок, которые допускают люди при поисковой деятельности:

1. *«офицальный»*вместо «официальный». Самый популярный запрос, содержащий это несложное слово: «официальный сайт».

2. *«поликлинника»*вместо «поликлиника». Правила использования двойного НН также является преградой для многих интернет пользователей.

3. *«скачять»*вместо «скачать». В данном слове более 47 % людей допускают ошибку в правописании сочетаний «ЧА» и «ЩА».

**Телевидение и радио**

Несмотря на то, что телевидение и радиовещание в наши дни теряют свою популярность среди подростков, они всё равно являются одними из самых мощных средств массовой информации.

Теле- и радиовыступления рассчитаны на широкую аудиторию и должны быть понятны всем. Речь телеведущих – образец для подражания. Именно они (телеведущие) формируют речевую культуру в современной России. Однако не все выступления соответствуют этим нормам. Я убедилась в этом, просмотрев несколько радио- и телевыступлений и обнаружив грамматические и речевые ошибки:

*Грамматические ошибки:*

* Александр Гордон, радиоведущий: «Именно так нужно говорить ОБ этом поэтическом РЯДУ…» – грамматико-стилистическая неточность.
* Борис Королёв, телеведущий: «ПЯТЬЮ минутами СПУСТЯ прозвучала…» - «ПЯТЬ минут СПУСТЯ» – не учтена сочетаемость слов.
* Евгений Суров, радиоведущий «…ЧИТАЯ текст, ВОЗНИКАЕТ такое ЧУВСТВО…» – ошибка в построении предложения с деепричастным оборотом.
* Екатерина Фордина, телеведущая «… ТОГДАШНИЙ заведующий нашего предприятия…» – ошибочное образование форм частей речи.

*Речевые ошибки:*

* Лев Новожёнов, телеведущий: «Мы поздравляем его с такой МОЛОДОЙ ДАТОЙ …» – речевая небрежность в результате ложного лаконизма.
* Татьяна Миронова, телеведущая: «… ОЧЕНЬ СИЛЬНО изменил свое мнение…» – употребление лишних слов, плеоназм.
* Фёдор Романченко, радиоведущий: «В БУДУЩЕМ марафон продолжится, я уверен, что марафону В БУДУЩЕМ жить…» – бедность и однообразие синтаксических конструкций.

**Печатные издания**

Одна из разновидностей СМИ – печать, которая и сейчас остается одним из важнейших носителей массовой информации, обладая значительным влиянием на читателя.

Уже на первой странице подросткового журнала «ДевчОнкИ» читаем: «столичные тусовщики», «все фанатели от рокеров».

 Далее на страницах этого журнала появляются слова молодежного сленга: вечеруха, тусануть, гламур, трэш и т. д.

Чтобы найти ошибки в печатных изданиях, я просмотрела детско-подростковый журнал «Свечка», газету «Орбита» и изучила публичные объявления нашего города. И вот, что я обнаружила:

*Пунктуационные ошибки:*

* объявление в Городской Клинической Больнице города Знаменска: «Надевайте пожалуйста бахилы!» – отсутствие запятой при вводном слове, находящемся в середине предложения.
* газета «Орбита», выпуск № 14 (2019 год): «Несмотря на то что электронная запись пользуется у горожан популярностью…» – отсутствие запятой перед подчинительным союзом «что» между частями сложного предложения.

*Орфографические ошибки:*

* объявление в автобусе № 105 (город Волгоград): «… г. Волгоград, улица ТургенЬевская…» – несоблюдение норм правописания имени собственного.
* журнал «Свечка», № 5 (2020 год): «А недобрых и злых обличЯет, учит их жить …» – несоблюдение норм правописания буквенных сочетаний «ЧА» и «ЩА».

**Заключение**

Таким образом, на основе практической части данной работы, я убедилась в том, что СМИ негативно влияют на речь человека, в частности подростка. Из-за того, что уровень речевого этикета людей, работающих в СМИ, неизбежно падает, мы и сами говорим неправильно. А это означает лишь то, что средства массовой информации манипулируют не только речью общества, но и его сознанием.

А. Н. Толстой, устремляя внимание на проблему культуры речи человека, писал: *«Язык – орудие мышления. Обращаться с языком кое-как – значит и мыслить кое-как: неточно, приблизительно, неверно».*От каждого из нас зависит в той или иной мере здоровье общей языковой среды, которую мы хотим сохранить для новых поколений в чистоте и свежести. Мощь, мудрость и красота русского слова открывается во всей своей широте только перед человеком просвещенным и знающим.

Использованные источники:

1)  Горбачевич К. С. Нормы современного русского языка / К. С. Горбачевич. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Просвещение, 1981. – С. 31.

2) журнал «Свечка», № 5 (2020 год)

3) <https://vc.ru/marketing/62508-tipovye-oshibki-v-smi-i-reklamnyh-tekstah>

4) Константин Ковалев-Случевский «Тележурналистика XXI века»

5) Скворцов Л. И. Культура русской речи: Словарь-справочник / Л. И. Скворцов. – М.: Знание, 1995.

6) Ерина Т. Н. Преподавание курса «Русский язык и культура речи» в Чувашском госуниверситете / Т. Н. Ерина // Актуальные вопросы общей и прикладной филологии: материалы Межрегион. науч.-практ. конф., посвящ. 90- летию М. М. Михайлова. – Чебоксары, 2014. – С. 65-67.

7) Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. – 14-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 1983. – С. 378.

8) Сенкевич М. П. Культура радио- и телевизионной речи / М. П. Сенкевич. – М.: Высш. шк., 1997