

Идеологемы в СМИ Якутии
Иванова Мария Дмитриевна
Студент (бакалавр)

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, Якутск, Россия
E-mail: wildmgnt@gmail.com

Идеологемы в СМИ Якутии.

В работе проведен анализ идеологем, возникающих в прессе Республики Саха (Якутия), а также способов их образования и употребления.

Язык средств массовой информации является основным средством воздействия на массовое сознание. Являясь важнейшим средством коммуникации и выражения мысли, язык служит инструментом познания, постоянного осмысления мира человеком и превращения опыта в знание. Язык - это инструмент, с помощью которого формируются новые понятия, во многом определяющие способ человеческого мышления. Выбор конкретных языковых средств оказывает влияние на процесс восприятия и воспроизведения действительности.

В языке средств массовой информации часто можно встретить такое понятие как идеологема. Идеологема предполагает целенаправленное воздействие со стороны адресанта (отправителя речи) на сознание адресата (получателя информации) с помощью заранее заданной идеи. Такая идея носит обобщенный характер и ориентирует массовое сознание в заданном направлении.

Идеологема всегда маркирована, то есть эмоционально окрашена. Целенаправленное использование идеологе является эффективным средством управления массовым сознанием — идеологема легко запоминается и создает иллюзию понимания у объекта. Отличительным признаком идеологемы считается многократное изменение значений, либо изначальная расплывчатость значений.

Идеологемы носят личностный или социальный характер. Личностные идеологемы складываются, например, вокруг руководителя государства, начиная с образа «царя-батюшки» и заканчивая образом президента. Подобные идеологемы укореняются в массовом сознании, с помощью стереотипов, тиражируемых СМИ, например: «вождь мирового пролетариата» (о Ленине), «темнокожий президент» (о Бараке Обама), «великий диктатор» (о Гитлере), «железная леди» (о Маргарет Тэтчер) и т. п. Знаки оценки данных стереотипных номинаций зависят от шкалы ценностей, принятой в каждом конкретном издании.

Не секрет, что для жителей отдаленных регионов России московская общероссийская газетная продукция малодоступна. Здесь ее нишу занимают местные издания. Таким образом происходит регионализация средств массовой информации. Сегодня важнейшие моменты развития региональной прессы связан с особыми местными проблемами, которые существенно отличаются в зависимости от района и географической ситуации.

Кроме того, в некоторых регионах России два государственных языка, что играет немаловажную роль при создании медиатекста. У разных наций в зависимости от ментальности и культурных традиций по-разному используются и воспринимаются слова и выражения в соответствии с ситуациями и целями общения. Этим и объясняется возникновение авторских идеологем в прессе республики Саха (Якутия), которые несут в себе определенный смысл для якутского читателя и могут совершенно ничего не означать для читателя из средней полосы России.

Список использованной литературы:

- Володина М.Н. Язык средств массовой информации - М., 2008
- Гусейнов Г.Ч. Советские идеологемы в русском дискурсе - М., 2004
- Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс - М., 2004
- Корконосенко С.Г. Журналистика в мире политики - М., 2008
- Кормилицына М.А. Усиление личностного начала в русской речи последних лет - М., 2003
- Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии - М., 2011
- Солганик Г.Я. Язык современных СМИ - М., 2007
- Щербинина Ю.В. Вербальная агрессия - М., 2008
- <http://evartist.narod.ru/text12/15.htm>

Источники и литература

- 1) Володина М.Н. Язык средств массовой информации – М., 2008
- 2) Гусейнов Г.Ч. Советские идеологемы в русском дискурсе – М., 2004
- 3) Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс – М., 2004
- 4) Кормилицына М.А. Усиление личностного начала в русской речи последних лет – М., 2003
- 5) Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии – М., 2011
- 6) Солганик Г.Я. Язык современных СМИ – М., 2007
- 7) <http://evartist.narod.ru/text12/15.htm>