

Ежова Е.Н.
Ставропольский государственный университет

**Речевые стратегии в публикациях
о проблемах миграции и мигрантов
(на материале периодических изданий Ставропольского края)**

В современном мире роль средств массовой информации значительно возрастает. Сегодня СМИ являются мощной силой, способной воздействовать на изменение социально-политической ситуации в стране, в том числе на урегулирование этических конфликтов, формирование новой российской социально-психологической самоидентификации, установление диалога культур в мире. Влияние это осуществляется через язык, выступающий как инструмент социального и концептуального конструирования. Формирование и поддержание отношений, образующих тот или иной социальный ландшафт, происходит в языке, именно потому он осуществляет и основную координацию социальных действий. По выражению философа Ильи Семенова «особенностью языка, определяющей его фундаментальную роль в организации социального пространства, является способность, с одной стороны, быть формой национальных, этнических и любых других отношений, с другой – описывать и объяснять эти отношения, создавая теории, которые в дальнейшем становятся силой, преобразующей социальное пространство» (4, с. 6–7).

Языковая политика средств массовой информации в Северокавказском регионе, спецификой которого являются полиэтничность, прежде всего должна быть направлена на формирование

ЛИТЕРАТУРА:

1. Аронсон О. Конфликты и сообщества (о политической функции в высказывании) // Язык и этнический конфликт. – М., 2001. – С. 15–34.
2. Богданова Л. К проблеме гармонизации общения в условиях межкультурной коммуникации // Язык и культура. Тезисы докладов на третьей международной конференции. Т. 3. – Киев, 1994. – С. 29–30.
3. Лебедева Н. Роль культурной дистанции в формировании новых идентичностей // Идентичность и конфликт в постсоветских государствах. – М., 1997. – С.80.
4. Язык и этнический конфликт. – М., 2001. – 108 с.

Опубл.: Сборник материалов Международного конгресса «300 лет российской газете. От печатного станка к электронным медиа». – М. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2002. – С. 182–185.