Егорова Людмила Геннадьевна

Кандидат филологических наук, доцент

Кафедра межкультурных коммуникаций и журналистики, факультет славянской филологии и журналистики, Таврическая академия (структурное подразделение) Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, 295000, г. Симферополь, пр. Вернадского, 2, e-mail: legora@list.ru

Lyudmila G. Yegorova

PhD in Philology, Associate Professor

Department of Interlanguage Communications and Journalism, Faculty of Slavic Philology and Journalism, Taurida Academy (structural unit) of Vernadsky Crimean Federal University, 2 Vernadsky Av., Simferopol, 295000, Russian Federation, e-mail: legora@list.ru

СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА СМИ (НА ПРИМЕРЕ ПЕЧАТНОЙ ПРЕССЫ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ)

Аннотация. Региональный дискурс СМИ является частью общего пространства СМИ страны, но при этом обладает специфическими признаками, отражающими особенности территории. Эти особенности системно проявляются в повестке дня СМИ, способах представления информации и интерпретации общественно значимых событий, приоритетных темах и жанрах, организации диалога с аудиторией, композиционно-стилистическом устройстве медиатекстов. Газета как один из значимых для региона видов печатных СМИ концентрирует признаки регионального дискурса средств массовой информации. В предлагаемом исследовании предпринята попытка согласовать теорию региональности с реальными факторами и фактами медийной истории Крыма в её динамических характеристиках, проявленных в региональных газетах. Следует отметить, что комплексный анализ регионального медиадискурса Крыма в газетном сегменте представляет информационную картину мира региона в 2013–2015 гг., период изменения государственной принадлежности Крыма и вхождения полуострова в состав Российской Федерации. Региональные газеты — носители разнообразной информации, они доступны и удобны прежде всего для привыкшего к ним читателя. Эти характеристики дают основание для того, чтобы рассматривать газеты в качестве ядра информационного пространства региона. Материальность бумажного газетного листа многими людьми (по большей части представителями старшего поколения) воспринимается положительно. Региональная газета имеет неоспоримое преимущество — реализовывать в своём контенте принцип близости к читателю, живущему в данном регионе. Анализ тематических предпочтений прессы Республики Крым

(проанализированы публикации восьми общекрымских и муниципальных изданий) позволил выделить следующие доминанты региональной повестки дня 2013–2015 гг.: работа крымских депутатов и чиновников; связь Российской Федерации, Украины, Крыма; правовой статус Крыма; языковой вопрос; проблемы и успехи крымской экономики; экология; культура; туризм, — которые, в свою очередь, формируют общественное мнение, влияют на стандарты восприятия событий членами социума.

Ключевые слова. Масс-медиа, региология, Республика Крым, медиатекст, дискурс СМИ.

Информация о статье. Дата поступления 16 июля 2018 г.; дата принятия к печати 28 сентября 2018 г.; дата онлайн-размещения 15 октября 2018 г.

MODERN REGIONAL MEDIA DISCOURSE FEATURES (ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF CRIMEA PRINTED PRESS)

Abstract. The mass media regional discourse is a part of mass media national space, simultaneously it has certain features that reflect regional specifics. These features are systematically displayed by mass media agenda, by the ways of information presentation, interpretation of socially significant events, the priority themes and genres, organization of the dialog with audience, media texts compositional and stylistic design. Newspapers as one of the important for the region printed mass media types concentrate regional mass media discourse attributes. The given research attempts to reconcile the theory of regionality with the real factors and facts of the Crimea media history in its dynamic characteristics displayed in the regional newspapers. It should be noted that integrated analysis of the Crimea regional media discourse in the newspaper segment presents the region's informational worldview in 2013–2015, the period of Crimea sovereignty changing and the peninsula comprisal to the Russian Federation. Regional newspapers are diverse information media, they are obtainable and convenient first of all for the accustomed reader. These characteristics afford ground for regarding the newspaper as a region's informational space core. The newspaper sheet corporality is perceived positively by many people (mainly by the older generation). A regional newspaper has an undeniable advantage — it realizes in its content principle of closeness to the reader living in the particular region. The Republic of Crimea press thematic preferences analysis (eight Crimea-wide and municipal periodicals publications have been analyzed) enables one to designate the following regional 2013–2015 agenda priorities: Crimean deputies and officials work; the Russian Federation, Ukraine and Crimea relations; Crimea legal status; language issue; Crimean economics problems and achievements; ecology; culture; tourism, — which form the public opinion, influence standards of events perception by society.

Keywords. Mass media, regionology, the Republic of Crimea, media text, mass media discourse.

Article info. Received July 16, 2018; accepted September 28, 2018; available online October 15, 2018.

Введение

Изучение средств массовой информации в настоящее время представляет собой непрерывный исследовательский процесс. Динамическое развитие СМИ как в традиционных формах, так и в новых жанровых форматах изучается с разных сторон и, как правило, в междисциплинарных связях, которые в современной исследовательской парадигме соотносятся с дискурсом. Дискурс СМИ активно исследуется [1–11]. Обозначим ключевые позиции, характеризующие данный феномен. Он складывается из совокупности средств массовой коммуникации и размещаемых в них разножанровых материалов, представляет собой многоструктурное и многокомпонентное коммуникативное явление, проявляющее особенности ситуативно и жанрово обусловленной речевой деятельности, которая нацелена на передачу информации, её оценочную интерпретацию, а также на организацию взаимодействия с адресатом. Названные свойства проявляются как на уровне контента того или иного издания, так и на уровне организации медиасообщения как текста. При этом следует помнить, что события и явления окружающего мира начинают обладать актуализированным для социума значением именно в процессе сообщения о них, в результате взаимодействия многих социально-идеологических факторов — классовой принадлежности, гендера, расы, культуры, политических убеждений [12]. СМИ играют ключевую роль не только в отражении культурной, политической и социальной жизни, но и в формировании особенностей выражения различных сторон существования

общества, поэтому медиадискурс важен «и поскольку дает информацию об обществе, и поскольку влияет на его характер» [13, с. 23].

Дискурс СМИ — это динамичная коммуникация с обществом с разнообразным набором стратегий и тактик воздействия на сознание адресата. Одна из его существенных особенностей — схождение лингвистического и прагматического подходов, причем последний предполагает внимание к двум сторонам (субъектам) коммуникации, каждая из которых имеет, соответственно, свой дискурс — дискурс пишущего и дискурс читающего. При этом информация, необходимая для привлечения интереса читателей, должна структурироваться и вербально оформляться таким образом, чтобы адресат почувствовал себя участником диалога. Вследствие этого профессиональный журналист обязан учитывать «фактор адресата», соотносить новую информацию с возможностями аудитории понять и принять ее: «Необходимо обращать особое внимание на адресата, формируя свой дискурс для аудитории, которая не может задать уточняющие вопросы. В равной степени это относится и к монологу, адресованному аудитории» [14, с. 18]. Особая роль в этом случае принадлежит оценочным средствам, которые помогают «приспособить» новостную информацию к ожиданиям воспринимающего сообщение. Считается, что оценка определяет то, как индивид ведет себя в обществе. Печатные СМИ как инструмент создания оценок «не просто средство доставки информации. Они формируют идеологические установки читателя» [15, с. 50]. Различные СМИ

оказывают влияние на наше понимание и знания о мире, в котором мы живем, посредством использования тех или иных средств языка [16]. Иными словами, газета представляет «собственное восприятие реальности в той форме, которую считает наиболее подходящей для своих читателей» [17]. Интерпретируя ту или иную жизненную ситуацию, на основе которой строится медиатекст, журналист приобретает единомышленников и союзников или, напротив, недоброжелателей. «Социальное назначение массмедийного дискурса состоит в том, чтобы внушить аудитории необходимость «правильных» оценок и действий. Таким образом, основной целью дискурса СМИ является не описание, а убеждение, приводящее в конечном итоге целевую социальную группу к определенным действиям» [18], а потому исследователями современного медиадискурса отмечается необходимость выявления и описания средств воздействия, в том числе идеологических, обязательно наличествующих в любом масс-медийном произведении [19].

Понятие региональной картины мира

В последнее десятилетие появилось достаточное количество работ, ориентированных на описание региональной картины мира [20–27], тем не менее, необходимо признать, что описание дискурса СМИ в региональном аспекте нуждается в многомерности подхода с охватом максимально возможных территориальных субъектов. Полагаем целесообразным в связи с этим системное рассмотрение регионального дискурса СМИ Республики Крым в

его газетном варианте, представляющем информационную картину мира региона в период 2013–2015 годов, исторический момент перехода региона в новые социополитические условия. Показательной в этом ключе видится попытка согласовать теорию региональности с реальными факторами и фактами медийной истории Крыма в ее динамических характеристиках, проявленных в региональных газетах.

Регионализация современного мира — очевидная закономерность, которая характерна для нынешнего общественно-политического устройства Российской Федерации. Любой регион представляет собой сложное экономическое, культурное и социально-политическое образование, системное изучение которого опирается на методологию разных областей знания — региональную историю, геополитику, экономические исследования. Представление региона специфической культурной средой, обладающей собственной ценностной системой, позволяет исследователям говорить о необходимости изучения регионального языкового сознания и региональной языковой личности [28]. Региональная картина мира неповторима: на определенной территории сосуществуют различные этносы, сохраняющие специфические черты культуры, быта, мировоззрения и в то же время транслирующие особенную, региональную идентичность.

Медиатексты наполняют региональную картину мира ключевыми смыслами, значимыми для гражданского общества: например, региональная концептосфера Крыма отражает особенности крымской идентичности. Параметризация ка-

тегории «регион» основывается на междисциплинарном подходе. Так, экономический аспект учитывает, что регион — часть территории, определяемая географическими границами; при социально-политическом подходе важны политические, культурные и этнические факторы. В целом актуальность вычленения регионального аспекта современной картины мира обусловлена тем, что «процесс регионализации России, интенсифицировавшийся в 1990-е годы, вызвал относительно новое явление в социокультурной и политической жизни российского общества — региональную идентичность, то есть наличие в массовом сознании компонента соотнесения своего места в территориально-политическом пространстве преимущественно с региональным локусом» [29, с. 180]. Изучение образа отдельного региона представляется особенно актуальным, поскольку, по справедливому замечанию И. М. Печищева, на данном этапе развития социума «необходимость конструирования и трансляции положительного образа территории осознана на официальном уровне и ставится как политическая задача в российских регионах и на общероссийском уровне» [30, с. 201].

Региональное информационное пространство в целом организуется особым образом: повышается значимость СМИ при формировании имиджа региона, его репутационного капитала. Акторы регионального пространства как медийные коммуниканты выполняют традиционные функции: функцию интеграции всех сил региона, поддерживающих новый порядок; функцию дифференциации «своих» и «чужих» в разных

социальных сферах, совмещающую со стратегией примирения и установления консенсуса; создание площадки для выражения и обсуждения мнений и точек зрения разных слоёв общества; выработка механизмов воздействия на общественное сознание [31].

Региональный дискурс СМИ и его составляющие

В настоящее время научным сообществом активно обсуждается содержание понятия «региональный дискурс СМИ». С одной стороны, региональные СМИ находятся в общем информационном пространстве, с другой — еще в постсоветский период активизировался процесс их описания как относительно самостоятельного феномена в ряде специфических проявлений, комплекс которых дает основания для его самостоятельной институализации. Региональным СМИ присущ тот же спектр общественно значимых функций, что и СМИ в целом, однако в определённый период истории региона они могут принципиально увеличивать свою значимость [32]. Региональный дискурс СМИ даёт информацию о социальной реальности с учётом этапа конкретно-исторического развития региона в условиях смены мировоззренческих парадигм и постулатов. «Поэтому сейчас сложно переоценить роль дискурса национальных медиа в процессе формирования общественного мнения, аксиологического ориентирования массовой аудитории, медиатизации ее сознания и мышления, а также передачи по каналам коммуникации заданного журналистом оценочного отношения к объектам и субъектам действитель-

ности. Таким образом, изучая дискурс СМИ в определенном регионе, имеющем национальную специфику, можно получить доступ в том числе и к ценностной модели данного общества» [18].

Региональный дискурс СМИ является частью общего пространства средств массовой информации в стране, но при этом имеет множество специфических признаков, отражающих особенности конкретного региона. Они системно проявляются в повестке дня СМИ, способах представления информации и интерпретации общественно значимых событий, приоритетных темах и жанрах, организации диалога с аудиторией, композиционно-стилистическом устройстве медиатекстов. Газета как один из значимых для региона видов печатных СМИ, по нашему мнению, показательно концентрирует признаки регионального дискурса СМИ. Анализу были подвергнуты публикации восьми ведущих региональных изданий — газет «Крымская правда», «Крымская газета», «Крымские известия», «Сельский труженик Крыма», «Алуштинский вестник» «Заря Присивашья», «Евпаторийская здравница» и «Победа» с 2013 по 2015 годы. Выделены ключевые темы, транслировавшиеся на протяжении обозначенного периода времени каждой из газет, наиболее показательными среди которых являются: работа крымских депутатов и чиновников; проблемы и успехи крымской экономики; экология; культура; туризм. Проиллюстрируем их наполнение на примере газеты «Сельский труженик Крыма» (СТК) — муниципального издания Симферопольского района, одного из старейших печатных СМИ полуострова (выходит в свет с 1933

года), периодичность — один раз в неделю, тираж — 1200 экземпляров. Отметим, что муниципальные СМИ играют важную роль на информационном рынке Республики Крым. Из сведений, транслируемых ими, жители районов полуострова получают информацию о наиболее значимых событиях не только своего города или поселка, но и Крыма в целом. Зачастую данные издания являются информационным монополистом на своей территории, что связано с исторически сложившимся восприятием их как одного из важнейших источников информации, а также выполняемой ими роли значимого коммуникатора между властью и общественностью.

Одной из основных тем, освещаемых журналистами «Сельского труженика Крыма», является работа местных депутатов и чиновников. Так, в 2013 году 50 % публикаций (общее количество статей — 62) — отчеты чиновников об итогах деятельности за определенный период времени, например, в материале *«Владимир Живица провел прием граждан в поселке Николаевка»* (СТК, № 25 от 06.04.2013) аудитория информируется об итогах приема жителей председателем Симферопольской райгосадминистрации: *«Чаще всего просьбы людей касались земельных вопросов: кто-то не может получить госакт, кому-то необходимо оформить земельный участок для строительства и обслуживания жилого дома»*. 14 % медиатекстов посвящено изложению предложений и инициатив управленцев, а также комментированию актуальных проблем, например, интервью *«Анатолий Могилев: Уникальный климат и богатейшая*

история делают Крым интересным для туристов круглый год!» (СТК, № 75 от 16.10.2013). Описанные выше тенденции сохранились и в 2014 году (общее количество статей — 43), после присоединения Крыма к Российской Федерации: отчеты о работе чиновников и ведомств составили 51 % публикаций. Однако, в указанный период наблюдается смещение тематических акцентов в сторону информирования о нововведениях, связанных с вхождением Крыма в состав РФ, например: «Игорь Буданов: «Новый Крым мы сможем построить только общими усилиями» (СТК, № 54-55 от 02.08.2014) рассказывает о деятельности главы Добровского сельского совета до и после событий Крымской весны: «Половина Добровской долины уже газифицирована, — говорит Игорь Буданов. — Еще 25 процентов газифицируется. Надеемся, что в газификации оставшихся 25 процентов нам поможет федеральный бюджет в рамках соответствующей программы. Вся проектно-сметная документация у нас подготовлена». В 2015 году доля публикаций на тему работы крымских властей, информационным поводом для которых служат отчеты о работе местных властей, снизилась и составила 37 % (общее количество статей — 73). Следует отметить появление новой микротемы — подведение первых итогов вхождения Крыма в состав России. Например, интервью «Владимир Константинов: «Для меня «Крымская весна» началась еще под Новый год в 2013» (СТК, № 5 от 28.03.2015): «Мы не скатились ни к какому коллапсу, к которому могли прийти, ведь в этом уникальность перехода от одной экономической

системы в другую. Нам удалось с помощью центральных властей Российской Федерации войти в нормальное русло решения основных проблем». Возросло количество публикаций, посвященных заявлениям депутатов и чиновников (34 %).

Тексты дискурса СМИ наполняют региональную картину мира ключевыми смыслами, важными для граждан региона, при этом региональная концептосфера Крыма отражает особенности крымской идентичности. Крым не может рассматриваться как просто территория. Это региональная полиэтническая среда, сложившаяся в результате длительного и сложного культурно-исторического развития. Уникальность крымского региона связана прежде всего с сосуществованием разных этносов и разнообразием культурных традиций. Неудивительно, что тема культуры активно представлена на страницах местных печатных СМИ. Большинство публикаций (38 %) «Сельского труженика Крыма» в 2013 году посвящено праздникам и мероприятиям, приуроченным к ним (общее количество статей — 34). Это как общенациональные: «Новогодние торжества в Пожарском доме культуры» (СТК, № 1 от 05.01.2013), «В селе Мирное отметили День семьи, любви и верности» (СТК, № 50 от 17.07.2013, — так и местные праздники: «Как в Винницком Дне села отмечали» (СТК, № 80 от 02.11.2013). Газета не оставляет без внимания и деятельность библиотечной сети (26 % публикаций), при этом о библиотеках пишут сами сотрудники: «Любимая библиотека — кладезь мудрости и доброты» (СТК, Карина Мелешкевич, № 70 от 28.09.2013): «На-

ша библиотека — это сказочный дворец, состоящий из двух залов, отделанных красивой лепкой. На окнах — белые шелковые портьеры и множество различных книг на стеллажах». Издание освещает конкурсы и фестивали, проходящие на территории Симферопольского района (20 %): «Фестиваль «Крымские зори» станет знаковым крымским брендом» (СТК, № 65 от 11.09.2013): «Конкурс «Крымские зори» призван стать праздником детского творчества республиканского масштаба. Поэтому 3 сентября в Симферопольском районном доме культуры состоится смотр художественных коллективов, которые примут участие во 2 отборочном туре и гала-концерте республиканского фестиваля». В 2014 году материалы о конкурсах и фестивалях стали публиковаться чаще (29 %), активно наполнялась тема праздничных мероприятий (23 %) (общее количество статей — 34): «Праздник начался с веселой игровой программы, которую в образе веселого клоуна провел сотрудник ДК с. Перово Виталий Савельев. Зажигательные танцы детей вдохновили взрослых — родители, не удержавшись, отплясывали вместе с детьми» (СТК, № 50 от 16.07.2014). Тема деятельности библиотечной сети по-прежнему является одним из лидеров публикаций о культуре (18 %). По нашему мнению, такое внимание к ней обусловлено центральной ролью библиотек, наравне с клубами, в культурной жизни сел. В 2015 году в «Сельском труженике Крыма», наряду с освещением деятельности библиотек и рассказами о новых памятных датах, особое место отводится под информацию о фестивалях и конкурсах (27 %) (об-

щее количество статей — 44): «Творческий конкурс «Я мечтаю» (СТК, № 30 от 24.10.2015): «3 декабря — Международный день инвалидов. Именно к этой дате государственное бюджетное учреждение «Симферопольский районный центр социальных служб для семьи, детей и молодежи» с 26 октября по 30 ноября 2015 года проводит творческий конкурс «Я мечтаю» среди детей с ограниченными возможностями здоровья, проживающих на территории Симферопольского района, целью которого является поддержка творческого потенциала, формирование активной жизненной позиции данных детей».

Медiateксты в региональных СМИ неизбежно проявляют особенности не только сложившегося культурного кода, но и природно-экономических факторов, значимых для той или иной территории. Для Крымского полуострова, обладающего значительным рекреационным потенциалом, особую актуальность приобретает тема развития туристической отрасли. В 2013 году речь о туристической сфере Крыма идет в 40 публикациях «Сельского труженика Крыма». Такое сравнительно небольшое количество материалов объясняется тем, что издание ориентировано, в первую очередь, на освещение жизни населенных пунктов Симферопольского района. Тем не менее, основные и наиболее значимые события в туристической отрасли полуострова отражаются в публикациях с приблизительной периодичностью один материал в месяц. Часть информации — перепечатки сообщений ответственных органов о проделанной работе в сфере туризма, курортов и рекреации (30 % от

общего числа материалов по теме). Подобный контент служит целям информирования субъектов туристической инфраструктуры, а также граждан об изменениях в законодательстве, касающихся отдыха и оздоровления в Крыму. 60 % публикаций — новости о достигнутых в курортной сфере полуострова успехах. В 2014 году вопросы развития туристической отрасли в Крыму освещались менее активно — количество публикаций уменьшилось вдвое и составило 19. Созданию позитивного туристического имиджа региона способствовали сообщения об улучшении сервиса, а также рекреационных возможностях, открывающихся перед жителями и гостями полуострова. Важным оказывается вопрос популярности полуострова как места отдыха россиян: «В 2014 году Крым должен принять 8 миллионов отдыхающих» (СТК, № 23 от 02.04.2014). В 2015 году публикации сообщают о положительных изменениях в отрасли (общее количество статей — 29): «Министерство курортов и туризма Республики Крым рассмотрело 116 отраслевых инвестиционных заявок на сумму 67,2 млрд рублей, 19 инвестиционных проектов были согласованы» (СТК, № 24 от 05.09.2015); «Аэрофлот не планирует повышать стоимость авиаперелетов в Крым: «Будет как в прошлом году по Симферополю: 7500 туда-обратно с учётом такс и сборов. Ничего поднимать не будем, мы, наоборот, сейчас предложим базовые цены и в зависимости от рынка будем их только снижать» (СТК, № 6 от 04.04.2015). Как и в предыдущие годы, все отрицательные публикации связаны с недобросовестной работой муниципалитетов

и органов власти, ответственных за подготовку объектов отдыха и рекреации к курортному сезону.

Поскольку региональные СМИ реализуют медийное конструирование социального мира, отражая различные значимые стороны жизни общества, следует отметить важную роль в крымском медиадискурсе темы экологии. В 2013 году в газете «Сельский труженик Крыма» опубликован 41 материал данной тематики. Большая часть публикаций (70 %) информирует о субботниках и других экологических мероприятиях, например: «На прошлой неделе крымчане убирали улицы и благоустраивали территории детских и спортивных площадок» (СТК, № 23 от 30.03.2013); «Шестого апреля в республиканском субботнике по благоустройству детских спортивных площадок, озеленению и уборке территорий в городах и районах Крыма в целом приняли участие более 11 тысяч крымчан» (СТК, № 26 от 10.04.2013 года). В 2014 году количество публикаций на тему экологии значительно уменьшилось (общее количество статей — 16), но тенденция преобладания позитивных медиатекстов сохранилась. Негативные характеристики экологической ситуации связаны с вопросом утилизации отходов: «Главной экологической проблемой Крыма назвали незаконные свалки» (СТК, № 66 от 10.09.2014). В 2015 году сохранилась тенденция снижения числа публикаций на тему экологии, общее их количество составило 15 материалов. Значительное внимание уделяется экологическим мероприятиям, организованным муниципалитетами и неравнодушными жителями района, напри-

мер: *«Республиканский субботник по благоустройству мемориалов ВОВ состоится 4 апреля»* (СТК, № 6 от 04.04.2015); *«Полицейские Симферопольского района приняли участие во всероссийском экологическом субботнике «Зеленая Россия»* (СТК, № 24 от 05.09.2015). Издание обращает внимание на проводимую властями работу в сфере улучшения природоохранной деятельности и решения наиболее острых экологических проблем Крыма, например: *«С июня текущего года на территории Симферопольского района было ликвидировано более 50 несанкционированных свалок, проведено 100 субботников и других мероприятий по очистке окружающей среды»* (СТК, № 22 от 22.08.2015).

Выводы

Интерес к региональному дискурсу СМИ может быть объяснен исследовательским вниманием к особенностям того или иного региона — культурным, экономическим, социальным, а также спецификой презентации местного информационного пространства. Важным является и фактор уровня неравнодушия граждан (адресата) к местным проблемам, персоналиям, общественному мнению относительно важных для жизнедеятельности вопросов. Региональная картина мира соотносится с географической, но не сводится к ней, поскольку при ее описании учитываются и географическое положение, и региональные

культурные коды, и экономические факторы. Она в значительной мере формируется региональными средствами массовой информации. Медiateксты в региональных СМИ неизбежно отражают особенности исторического развития территории, сложившегося культурного кода, природно-экономических факторов. Уникальность крымского региона, по нашему мнению, связана прежде всего с сосуществованием разных этносов и разнообразием культурных традиций. Региональный дискурс СМИ является частью общего пространства средств массовой информации в стране, но при этом имеет множество специфических признаков, отражающих особенности региона. Данные особенности системно проявляются в повестке дня СМИ, способах представления информации и интерпретации общественно значимых событий, организации диалога с аудиторией, приоритетных темах и жанрах. Если говорить о тематических предпочтениях региональной прессы, то можем выделить следующие актуальные темы крымской повестки дня 2013–2015 гг. (были проанализированы публикации восьми общекрымских и муниципальных изданий): Работа крымских депутатов и чиновников; Связь Российской Федерации, Украины, Крыма; Сотрудничество Украины с другими странами; Национализм в Украине; Правовой статус Крыма; Языковой вопрос; Проблемы и успехи крымской экономики; Экология; Культура; Туризм.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анненкова И. В. Медиадискурс XXI века: лингвофилософский аспект языка СМИ / И. В. Анненкова. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 2011. — 392 с.

2. Добросклонская Т. Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания / Т. Г. Добросклонская // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2014. — № 13 (184). — С. 181–187.
3. Егорова Л. Г. Медиатекст как мир-текст в конвергентных масс-медиа / Л. Г. Егорова, Д. В. Туманов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2015. — № 18 (215), вып. 27. — С. 126–133.
4. Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / И. А. Ерофеева. — СПб., 2010. — 53 с.
5. Ильинова Е. Ю. Эколингвистический модус событийности в пространстве массмедийного дискурса / Е. Ю. Ильинова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. — 2010. — № 2 (12) — С. 168–176.
6. Киуру К. В. Имиджевый медиатекст в политической коммуникации: дискурсный анализ : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / К. В. Киуру. — СПб., 2008. — 42 с.
7. Минаева Л. В. Язык СМИ в аспекте лингвоимиджелогии / Л. В. Минаева // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования : материалы Междунар. науч. конф., 25–27 окт. 2001 г. — М., 2001.
8. Прохоров Ю. Е. Концепт, текст, дискурс в структуре и содержании коммуникации : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Ю. Е. Прохоров. — Екатеринбург, 2006. — 338 с.
9. Стернин И. А. Современный публицистический дискурс и общественные факторы / И. А. Стернин // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс : сб. науч. тр. — Волгоград, 2006. — С. 134–145.
10. Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000) / Э. В. Чепкина ; под ред. Л. М. Майдановой. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000. — 279 с.
11. Matheson D. Media Discourses: Analysing Media Texts / D. Matheson. — London : Open Univ. Press, 2005. — 265 p.
12. Van Dijk T. A. Ideology: A Multidisciplinary Approach / T. A. Van Dijk. — London : SAGE Publ. Inc., 1998. — 384 p.
13. Bell A. Language and the Media / A. Bell // Annual Review of Applied Linguistics. — 1995. — Vol. 15. — P. 23–41.
14. Fetzer A. Political Discourse in the Media: Cross-cultural Perspectives / ed. A. Fetzer, G. E. Lauerbach. — Amsterdam : J. Benjamins, 2007. — 379 p.
15. Reath D. The language of newspapers / D. Reath. — London : Routledge, 2001. — 117 p.
16. Yaghoobi M. A critical discourse analysis of the selected Iranian and American printed media on the representations of Hizbullah-Israel war [Electronic resource] / M. Yaghoobi // Journal of Intercultural Communication. — 2009. — Iss. 21. — Mode of access: <http://www.immi.se/intercultural/>.
17. Hodge R. Language as ideology / R. Hodge, G. Kress. — New York : Routledge, 1993. — 230 p.
18. Дементьева К. В. Формирование дискурса региональных массмедиа / К. В. Дементьева // Гуманитарные научные исследования. — 2014. — № 10 (38). — С. 4–6.
19. Mass Communication Research Methods / A. Hansen [et al.]. — London : Macmillan Press, 1998. — 358 p.
20. Актуальный срез региональной картины мира: культурные концепты и неомифологии : монография / под ред. О. В. Орловой. — Томск : Изд-во Томского гос. пед. ун-та, 2011. — 224 с.
21. Иванова Л. В. Пресса как фактор формирования городской среды и городского сообщества (на примере газетной периодики г. Ставрополя-на-Волге-Тольятти) : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Л. В. Иванова. — Тольятти, 2005. — 207 с.
22. Каминская Т. Л. Региональное медиаполе: векторы развития / Т. Л. Каминская // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. — 2013. — Т. 1, № 73. — С. 20–23.

23. Маленова Е. Д. Медиаобраз сибирского региона: лингвокогнитивное моделирование / Е. Д. Маленова, М. В. Терских. — Омск : ЛИТЕРА, 2015. — 160 с.
24. Тулупов В. В. Региональная журналистика: сегодня и завтра / В. В. Тулупов // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 2. — С. 78–92.
25. Черепанова Л. Л. Дискурс региональных СМИ: психолингвистический аспект : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Л. Л. Черепанова. — Пермь, 2007. — 219 с.
26. Шандрыголова Е. С. Современная отечественная региональная пресса как объект научной рефлексии / Е. С. Шандрыголова // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 2. — С. 387–396.
27. Ястремская Ю. А. Общественно-политический дискурс городской провинциальной газеты в диахронном аспекте : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Ю. А. Ястремская. — Челябинск, 2014. — 170 с.
28. Просвиркина И. И. Региональное языковое сознание как основа модели региональной языковой личности / И. И. Просвиркина // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2005. — № 11. — С. 106–107.
29. Реутов Е. В. Фактор региональной идентичности и легитимации региональных элит / Е. В. Реутов // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2007. — № 6 (50). — С. 180–184.
30. Печищев И. М. Концепт «Столица» как основание для конструирования образа территории (на материале пермских печатных СМИ) / И. М. Печищев // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2007. — № 2. — С. 201–204.
31. Зайналабдиев В. Х. Медиа-коммуниканты в региональном политическом пространстве / В. Х. Зайналабдиев, А. А. Романов // Масс-медиа и массовые коммуникации: статус научных и учебных дисциплин : I междунар. науч. colloquium, Белгород, 26–27 сент. 2013 г. — Белгород, 2013.
32. Савчук С. О. Лексико-семантические особенности текстов региональных СМИ по данным корпусного исследования / С. О. Савчук // Корпусная лингвистика — 2015 : тр. Междунар. конф. — СПб., 2015. — С. 398–406.

REFERENCES

1. Annenkova I. V. *Mediadiskurs XXI veka: lingvofilosofskii aspekt yazyka SMI* [Media Discourse of the XXI Century: Media Language Linguistic and Philosophy Aspects]. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 2011. 392 p.
2. Dobrosklonskaya T. G. Mass media discourse as an object of scientific description. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Scientific bulletin of Belgorod State University. Humanities Sciences*, 2014, no. 13 (184), pp. 181–187. (In Russian).
3. Yegorova L. G., Tumanov D. V. The media text as the world-text in converged media. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Scientific bulletin of Belgorod State University. Humanities Sciences*, 2015, no. 18 (215), iss. 27, pp. 126–133. (In Russian).
4. Erofeeva I. V. *Aksiologija Mediateksta v Rossijskoj Kul'ture (reprezentacija Cennostej v Zhurnalistike Nachala XXI v.). Avtoref. Dr. Diss.* [Media Text Axiology in Russian Culture (the Values Representation in Journalism of the Beginning of XXI Century. Dr. Diss.]. Saint-Petersburg, 2010. 51 p.
5. Ilyinova E. Yu. Ecolinguistic view on eventus modus in mass media discourse. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Yazykoznanie = Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2010, no. 2 (12), pp. 168–176. (In Russian).
6. Kiuru K. V. *Imidzhevij Mediatekst v Politicheskoy Kommunikacii: diskursnyj analiz. Avtoref. Dr. Diss.* [Image Media Text in Political Communication: discourse analysis. Dr. Diss. Thesis]. Saint-Petersburg, 2008. 42 p.
7. Minaeva L. V. Mass Media Language in terms of Linguistic Imagiology. *Jazyk Massovoj Informacii kak Ob'ekt Mezhdisciplinarnogo Issledovaniya. Materialy Mezhdunarodnoi nauchnoi konferencii, Moskva, 25–27 oktyabrya 2001 g.* [Mass Information Language as an Object

of Interdisciplinary Research. Materials of International Scientific Conference, Moscow, October, 25–27, 2001]. Moscow, 2001. (In Russian).

8. Prohorov Ju. E. *Koncept, Tekst, Diskurs v Strukture i Soderzhanii Kommunikacii*. Dr. Diss. [Concept, Text, Discourse in Communication Structure and Content. Dr. Diss.]. Ekaterinburg, 2006. 338 p.

9. Sternin I. A. Modern Publicistic Discourse and Social Factors. In *Chelovek v Kommunikacii: koncept, zhanr, diskurs*. [Human in Communication: Concept, Genre, Discourse]. Volgograd, 2006, pp. 134–145. (In Russian).

10. Chepkina Je. V.; Maidanova L. M. (ed.). *Russkij Zhurnalistskij Diskurs: Tekstoporo-zhdajushhie Praktiki i Kody* [Russian journalistic discourse: text forming practice and codes]. Ekaterinburg, Ural University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin Publ., 2000. 279 p.

11. Matheson D. *Media Discourses: Analysing Media Texts*. London, Open University Press Publ., 2005. 265 p.

12. Van Dijk T. A. *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London, SAGE Publ., 1998. 384 p.

13. Bell A. Language and the Media. *Annual Review of Applied Linguistics*, 1995, vol. 15, pp. 23–41.

14. Fetzer A., Lauerbach G. E. (eds.) *Political Discourse in the Media: Cross-cultural Perspectives*. Amsterdam, J. Benjamins, 2007. 379 p.

15. Reath D. *The language of newspapers*. London, Routledge, 2001. 117 p.

16. Yaghoobi M. A critical discourse analysis of the selected Iranian and American printed media on the representations of Hizbullah-Israel war. *Journal of Intercultural Communication*, 2009, Iss. 21. Available at: <http://www.immi.se/intercultural/>.

17. Hodge R., Kress G. *Language as ideology*. New York, Routledge, 1993. 230 p.

18. Dementieva K. V. Formation of regional mass media discourse. *Gumanitarnye nauchnye issledovaniya = Humanities Scientific Researches*, 2014, no. 10 (38), pp. 4–6. (In Russian).

19. Hansen A., Cottle S., Negrine R., Newbold C. *Mass Communication Research Methods*. London, Macmillan Press, 1998. 358 p.

20. Orlova O. V. (ed). *Aktual'nyj srez regional'noj kartiny mira: kul'turnye koncepty i neomifologemy* [The regional world picture actual shearing: cultural concepts and neomythologemes]. Tomsk State pedagogical university Publ., 2011. 223 p.

21. Ivanova L. V. *Pressa kak faktor formirovaniya gorodskoj sredy i gorodskogo soobshhestva (na primere gazetnoj periodiki Stavropolja-na-Volge i Tol'yatti)*. Kand. Diss. [Printed media as a the city environment and the city community forming factor (on the example of Stavropol-on-Don and Tolyatti newspaper periodicals). Cand. Diss.]. Tolyatti, 2005. 207 p.

22. Kaminskaja T. L. The Regional Media Field: the Development Vector. *Vestnik Novgorodskogo Gosudarstvennogo Universiteta = Novgorod State University Bulletin*, 2013, vol. 1, no. 73, pp. 20–23. (In Russian).

23. Malenova E. D., Terskikh M. V. *Mediaobraz sibirskogo regiona: lingvokognitivnoe modelirovanie* [Media Image of the Siberian Region: Linguocognitive modelling]. Omsk, LITERA Publ., 2015. 160 p.

24. Tulupov V. V. Regional journalism: today and tomorrow. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2013, no. 2, pp. 78–92. (In Russian).

25. Cherepanova L. L. *Diskurs regional'nyh SMI: psiholingvisticheskij Kand. Diss.* [Regional Mass Media discourse: the psycholinguistic Aspect. Cand. Diss.]. Perm, 2007. 219 p.

26. Shandrygolova E. S. Modern russian regional press as an object of scientific reflection. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya = Modern problems of science and education*, 2015, no. 2, pp. 387–396. (In Russian).

27. Jastremskaja Ju. A. *Obshchestvenno-politicheskij diskurs gorodskoj provincial'noj gazety v diahronnom aspekte. Kand. Diss.* [The city provincial newspaper social and political discourse in the diachronic aspect]. Cheljabinsk, 2014. 170 p.

28. Prosvirkina I. I. Regional language consciousness as a model base of regional language person. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta = Vestnik of the Orenburg State University*, 2005, no. 11, pp. 106–107. (In Russian).

29. Reutov E.V. The factor of regional identity and legitimation of regional elites. *Vestnik Tambovskogo Universiteta. Serija: Gumanitarnye Nauki = Tambov State University Bulletin. Series: Humanities*, 2007, no. 6 (50), pp. 180–184. (In Russian).

30. Pechishev I. M. Concept "capital" as a basis for constructing image of the territory. *Vestnik Voronezhskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Serija: Filologija. Zhurnalistika = Voronezh State University Bulletin. Series: Philology. Journalism*, 2007, no. 2, pp. 201–204. (In Russian).

31. Zajnalabdiev V. H., Romanov A. A. The Media Communicators in Regional Political Space. *Mass-media i Massovye Kommunikacii: status nauchnyh i uchebnyh disciplin. Pervyj Mezhdunarodnyj nauchnyj kollokvium, Belgorod*, 26–27 september 2013 g. [Mass Media and Mass Communications: the status of the scientific and educational disciplines. First International Scientific Colloquium. Scientific Researches Collection. Belgorod, September, 26–27, 2013]. Belgorod, 2013. (In Russian).

32. Savchuk S. O. Corpus-based study of lexico-semantic peculiarities of regional media texts. Mass Media Texts as of Corpus Research. *Korpusnaja Lingvistika – 2015. Materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Saint Petersburg*, 2015 g. [Corpus Linguistics – 2015. Materials of International Research Conference, Saint Petersburg, 2015]. Saint Petersburg, pp. 398–406. (In Russian).

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Егорова Л. Г. Специфика современного регионального дискурса СМИ (на примере печатной прессы Республики Крым) / Л. Г. Егорова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. — Т. 7, № 4. — С. 615–628. — DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).615-628.

FOR CITATION

Yegorova L. G. Modern Regional Media Discourse Features (on the Example of the Republic of Crimea Printed Press). *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2018, vol. 7, no. 4, pp. 615–628. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).615-628.