Егорова Людмила Геннадьевна

Кандидат филологических наук, доцент

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

Lyudmila G. Egorova

PhD in Philology, Associate Professor

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

ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДИСКУРСА СМИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Аннотация. Актуальность данного исследования обусловлена тем фактом, что медиатекальность любого региона оказывает непосредственное влияние на формирование общественного мнения и нравственных приоритетов с их последующей трансляцией в повестке дня. Масс-медиа как создатели информационного материала способствуют формированию у адресата позитивного либо негативного отношения к тому или иному событию. Объектом является региональный медиадискурс, поскольку он соотносится с доминантами российской массовой культуры и органически сочетает локальное и универсальное. Автор уделяет особое внимание жанрово-тематическим особенностям медиатекстов, которые насыщают региональную картину мира контентом, значимым для жителей данной территории. Контент отражает важные для общества ценности, в нем используется особый, обусловленный локальностью проживания и культурными особенностями конкретной социальной группы код, который отражает местные реалии. При этом тексты строятся таким образом, чтобы адресат разделял эти ценности или стремился к ним.

По итогам анализа жанровых предпочтений общекрымских и муниципальных изданий отмечено преобладание информационных жанров. Лидерами региональной повестки дня оказываются политика, туризм, культура, экономика и экология. Укажем также, что крымские СМИ являются площадкой для межкультурного диалога, и это особенно актуально для многонационального региона.

Перспективным направлением исследования видится комплексное междисциплинарное изучение медиапространства Республики Крым с целью выработки стратегий позиционирования региона среди других субъектов федерации, выявления трендов и стереотипов в сфере социальных отношений республики.

Ключевые слова. Республика Крым, медиатекст, дискурс СМИ, жанр, тематика.

Информация о статье. Дата поступления 31 октября 2019 г.; дата принятия к печати 30 апреля 2020 г.; дата онлайн-размещения 27 мая 2020 г.

THE GENRE AND THEMATIC FEATURES OF THE CRIMEAN MEDIA'S DISCOURSE

Abstract. The topicality of the research is explained by the fact that media activity of any region has an immediate impact on forming public opinion and moral values, which, in their turn, are also reflected on the mass media agenda. Mass media as creators of information content provide for forming their consumers' positive or negative attitude to events. The object of the study is the discourse of the regional media in the Crimea since it is correlated with that of the dominant Russian mass media and combines both local and national characteristics. The author focuses on the genre and thematic features of the media texts that enrich the regional worldview with content meaningful for the residents of the area. This content reflects culture-bound concepts and values of the society, and contains a special code, which is determined by local lifestyle and culture. The texts are composed in a way that they make the audience share these values and concepts and become committed to them.

Having analyzed genre preferences of the Crimean and municipal press, the author notes that the prevailing ones are texts concerning politics, tourism, culture, economy and ecology. Besides, the Crimean mass media provide a platform for inter-cultural communication, which is particularly important for the multinational region.

The author considers a complex inter-disciplinary research of the Crimean media landscape a good perspective of the study, which might help to develop a strategy of positioning the region among the other sub-federal entities, and determine trends and stereotypes in the sphere of social relation of the republic.

Keywords. The Republic of Crimea, media text, media discourse, genre, themes

Article info. Received October 31, 2019; accepted April 30, 2020; available online May 27, 2020.

Введение

К региональному дискурсу СМИ проявляют интерес филологи, социологи, философы, культурологи, политологи, поскольку региональные средства массовой информации оказывают значительное влияние на формирование картины мира определенной территории, а медиатексты наполняют ее ключевыми смыслами, значимыми для гражданского общества конкретной территории. Региональная карти-

на мира находится в постоянном изменении, и каждая ситуация погружается средствами массовой информации в местный социокультурный контекст. Она является частью общего медиаисторико-культурного пространства страны, обладая при этом специфическими признаками, отражающими особенности региона, и зависит от совокупности следующих факторов: специфики географического ареала; природно-климатических особенностей реги-

она; условий его заселения; культурных традиций народов, населяющих регион и др. Региональная картина мира по-своему уникальна, поскольку в регионе проживают различные этносы, каждый из которых, с одной стороны, сохраняет особенности своей культуры (быта, веры, мировоззрения и в целом специфики этнического менталитета), с другой — в процессе совместного пребывания формирует территориально обусловленную идентичность [1]. (Региональная идентичность определяется рядом исследователей как особый социальный конструкт, который создается, в том числе, путем языковой репрезентации структурных элементов имиджа территории [2].)

Описание региональной картины мира представлено в значительном количестве научных изысканий (см., например, монографии «Актуальный срез региональной картины мира: культурные концепты и мифологемы» [3], «Медиакоммуникации современного города» [4], «Районные газеты Пермского края : настоящее и будущее» [5], «Современная картина мира: крымский контекст» [6; 7], работы К.В. Дементьевой [8], Л.В. Ивановой [9], Т.Л. Каминской [10], Е.Д. Маленовой [11], В.В. Тулупова [12], М.П. Рачкова [13], Л.Л. Черепановой [14], Е.С. Шандрыголовой [15], Н.В. Яблоновской [16], Ю.А. Ястремской [17] и др.). Вместе с тем, ввиду непрерывно меняющейся социальной действительности, отметим необходимость многоаспектной параметризации материала с описанием опыта, формирующего традиции, и инноваций, обусловленных изменени-

ями в картине мира конкретного региона.

Региональный дискурс СМИ понимается нами как феномен, который отражает особенности территории и системно проявляется в способах подачи информации об общественно значимых событиях, в приоритетных темах и жанрах, организации диалога с аудиторией и наиболее четко представлен в газетах. В отличие от национальных, региональные периодические издания, издаваемые на четко ограниченной территории конкретного региона, обращаются к местным новостям и проблемам, нацелены на помощь жителям в разрешении их проблем, вносят вклад в развитие отношений между представителями различных социальных групп и отдельными индивидами, формирование местного общественного мнения [18].

В настоящее время отечественные медиаизыскания только начинают обращаться к изучению особенностей дискурса средств массовой информации Республики Крым (см., например, сборник статей «СМИ Крыма и Севастополя в медиасистеме России» [19]; работы Г.Г. Щепиловой [20; 21], Д.А. Пушкаревой [22], Д.С. Ильченко, М.Е. Лебедева, Ю.Д. Плаутиной [23], В.М. Хруля [24], посвященные описанию различных аспектов функционирования медиасферы полуострова в изменившихся общественно-политических условиях). Цель настоящего исследования — рассмотрение жанрово-тематических особенностей регионального дискурса СМИ на материале печатных изданий Крыма как важного сегмента региональных медиа.

Жанровое своеобразие крымской периодики

Обозначим ключевые, с нашей точки зрения, позиции понимания жанра в журналистике. В границах коммуникативного подхода жанр определяется «в контексте человека, его мышления и духовно-практической деятельности: именно специфические частные коммуникативные ситуации в результате многократного повторения типизировались и закрепились в коммуникативном опыте говорящего в виде жанров, т.е. коллективно вырабатываемых в процессе речевого опыта устоявшихся образцов текста, воспринимаемых в качестве наиболее престижных (т.е. наиболее приемлемых) для данной цели в данной области общения, предполагающей определенного адресата» [25, с. 124], т.е. предпочтение при номинировании отдается задействованности жанра в процессе коммуникации. Ряд исследователей придерживается мнения, что основным критерием выбора той или иной структуры журналистского текста должен выступать критерий функциональности [26]. Ж. Мурикованд полагает, что жанр является формальной пост-характеристикой эффективного текста, которая реализуется после постановки целей, выбора соответствующей целям структуры, определения прагматического потенциала сообщения [27]. А. Сильверблатт представляет жанр своеобразным «порталом», посредством которого аудитория получает сообщения СМИ, поскольку презентует определенную картину мира, которая в итоге формирует наши представления об окружающей действительности [28, с. 4].

В российской теории журналистики, отмечает А.П. Короченский, в качестве основных обычно выделяются следующие жанрообразующие факторы: предмет отображения (им могут быть события и ситуации, процессы разного рода, личности), целевая установка (функция) отображения, метод отображения [29, с. 90]. Л.Е. Кройчик предложил распределять тексты печатных СМИ по пяти группам: оперативно-новостные, оперативно-исследовательские, исследовательско-новостные, исследовательские и исследовательско-образные. Такое разделение ученый обосновывает, во-первых, тем, что в современной российской журналистике понятие «жанр» заметно потеснено понятием «текст», во-вторых, наличием в публицистическом тексте таких обязательных компонентов, как относительно устойчивая структурно-содержательная организация текста, которая обусловлена своеобразным отражением действительности и характером отношения к ней творца [30]. По мнению С.В. Ляпун, «тенденция доминирования «текста» над «жанром» не лишена оснований», тем не менее, «понятие жанра не утрачивает своей значимости» [31, с. 118]. В целом исследователи жанровой структуры современной прессы отмечают ее постоянные трансформации, обусловленные смешением жанров, исчезновением потерявших актуальность и одновременным появлением новых разновидностей [32; 33]. По справедливому замечанию Л.Н. Павловой, «жанровые границы весьма подвижны... и синтез жанров является неотъемлемой частью современного журналистского творчества» [34, с. 40].

Исследователь считает: сохранение жанра в чистом виде присуще в большей степени корреспондентской и репортерской журналистике, что объясняется изначальной лаконичностью информационных текстов, в то время как аналитические и художественно-публицистические жанры претерпевают значительную трансформацию, цель которой заключается в привлечении внимания читателей и повышении эффективности медиатекста с точки зрения его восприятия потенциальной аудиторией издания [там же]. В.А. Тырыгина приходит к выводу, что генезис и эволюция жанров — сложный процесс, зависящий от множества факторов, например гетерогенности аудитории, обращения к массовому читателю, ориентации на самые разные языковые вкусы [35], т. е. эта тенденция обусловлена необходимостью адаптировать жанры в новых коммуникативных условиях, порождаемых трансформацией роли журналиста в социуме в данный период общественного развития.

Применительно к региональному дискурсу СМИ укажем, что использование тех или иных жанров определяется общественно-историческими условиями, концепцией издания, традициями жанровой организации медийного материала, моделированием отношений с адресатом и др. Необходимо учитывать и особенности региона, традиционный региональный культурный код, имиджевые предпочтения, определяемые природными, экономическими условиями и т.д. Нами были проанализированы публикации восьми общекрымских и муниципальных изданий, таких как «Крымская правда», «Крымская га-

зета», «Крымские известия», «Сельский труженик Крыма», «Алуштинский вестник» «Заря Присивашья», «Евпаторийская здравница» и «Победа» (в общей сложности более 15 тыс. медиатекстов за период 2013–2015 гг.). Можем отметить, что к числу востребованных в крымских печатных изданиях жанров относятся заметка (представлена в 4 350 — 29 % — проанализированных медиатекстах), статья (3300 публикаций, 22 %), хроника (2850 публикаций, 19 %), интервью (2400 публикаций, 16 %), репортаж (975 публикаций, 6,5 %), отчет (750 публикаций, 5 %) и др. (например, корреспонденция, фельетон — 375 публикаций, 2,5 %). В проблемно-аналитических материалах журналисты крымских печатных изданий обращают внимание на важные для адресата факты из жизни региона: изменение цен и тарифов, особенности законодательства, политические преобразования, проблемы социальной защиты, устанавливают причинно-следственные связи тех или иных событий, определяют возможности решения проблемы, в публикациях с элементами аналитики всегда присутствуют мнения и оценки, введение которых в текст, думается, призвано повысить социальную активность жителей региона.

Крымская повестка дня 2013–2015 гг.

Если говорить о тематических предпочтениях региональной прессы, то можем выделить следующие ключевые темы крымской повестки дня 2013–2015 гг.: *Политика* (в среднем присутствует в 41 % публикаций на страницах указанных изданий); *Проблемы и успехи крымской эконо-*

мики (32 %); Туризм (16 %); Культура (8,5 %); Экология (2 %). Отметим, что в ходе анализа нами не были выявлены материалы, которые разжигали бы межнациональную рознь, что очень важно для крымского региона, уникальность которого связана прежде всего с толерантным сосуществованием разных этносов, каждый из которых сохраняет особенности своей культуры. Рассмотрим наполнение актуальной для рекреационного региона, каковым себя позиционирует Крым, темы Туризм в газете Феодосийского городского совета «Победа».

В 2013 г. тема туризма изданием «Победа» поднимается в 47 публикациях, информирующих о туристической привлекательности Феодосийского района и полуострова в целом. Основная часть материалов посвящена продвижению Крыма как туристического региона на мировой арене. Например: «В рамках XXII Международной выставки «Крым. Курорты. Туризм. 2013» в Ялте состоится II Черноморский туристический форум. Особое внимание во время форума будет уделено вопросу мультикультурности как туристического ресурса. Помимо этого, участники дискуссии обсудят перспективы развития яхтенного туризма» (Победа, 31.01.2013). Отметим, что информационные материалы о взаимодействии полуострова с другими странами являются имиджформирующими, создают медиаобраз Крыма как успешного туристического региона, который сотрудничает с другими странами и заявляет о себе на международной туристической арене. Часть публикаций посвящена туристической привлекательности го-

рода и района, описывается участие крымчан в конкурсах по улучшению образа отдельных городов: «В Береговом объявили конкурс. Визуальный образ туристических возможностей должен отражать преимущества отдыха в этом курортном селе Большой Феодосии.... Основная идея, которую должен донести логотип, — Береговое является лучшим курортом для семейного отдыха, отдых здесь — это праздник незабываемый, сюда хочется вернуться еще и еще раз... Это будет наша туристическая марка, которую сможем использовать в оформлении деловой документации, информационной или сувенирной продукции, — говорит Юрий Полухин» (Победа, 15.01.13). Издание активно освещает деятельность фестивалей Феодосии и Коктебеля — «Джаз Коктебель» и «WineFeoFest-2013»: «Фестиваль был назван лучшим имиджевым проектом во всекрымской акции 2011 г. «Успех года». А в 2012 г. вошел в пятерку самых крупных и значимых имиджевых событий Крыма. На фестивале были установлены деловые контакты с Китайской Народной Республикой, с которой подписали договоры на поставку вина два региональных производителя. Вырос туристический имидж города, и как следствие — крупные туристические операторы включили фестиваль в свои международные туры» (Победа, 03.08.13).

В 2014 г. речь о проблемах и успехах туристической отрасли в Крыму шла в 37 публикациях «Победы». Созданию положительного медиаобраза полуострова способствовали материалы об улучшении туристической инфраструктуры, воз-

возможностях, открывающихся перед жителями и гостями полуострова. Наибольшее количество публикаций посвящено подготовке городов района к курортному сезону — сносу незаконных построек, уборке и реконструкции набережных: *«И.о. мэра подчеркнул, что городские власти будут работать в двух направлениях: — Во-первых, контролировать, чтобы пляжи не были перегружены шезлонгами, зонтами, батутами в ущерб тем, кто хочет отдыхать, не пользуясь никакими услугами. К нынешнему лету нам удалось убрать разношерстные торговые палатки между третьей и шестой бунами на городской набережной. Теперь там несколько одинаковых, типовых лотков. Вторая задача, касающаяся капитальных построек в прибрежной зоне, — более сложная. За годы украинской независимости некоторые предприниматели смогли узаконить объекты там, где строительство вообще запрещено. По ним будем подавать документы в суд»* (Победа, 29.07.14). Активная позиция общественников и чиновников — борцов с нелегалами формирует несомненно позитивный медиаобраз Крыма в целом и Феодосийского района в частности, помогая делу наращивания рекреационного потенциала полуострова. Второй важной темой публикаций в 2014 г. стали имиджевые мероприятия в феодосийском районе — фестивали «Барабулька», «WineFeoFest» и KoktebelJazzParty. Подобные материалы формируют привлекательный образ региона, акцент делается на ивентах, которые могут стать поводом для посещения полуострова. В публикациях наблюдается ярко выраженная тенден-

ция к смене туристического вектора Крыма со стран Запада на Российскую Федерацию: *«В Москве прошла 1-я Всероссийская выставка-продажа туристических услуг Крыма и Севастополя. Устроители и участники выставки полагают, что постепенно Крым вернёт себе заслуженное звание всероссийской здравницы»* (Победа, 20.05.14).

В 2015 г. тема туризма поднималась в 22 материалах с преобладанием публикаций о подготовке к курортному сезону: *«Вслед за Ялтой, Евпаторией и Судак в Феодосии прошёл день Министерства курортов и туризма Крыма. Накануне высокого туристического сезона, которому в этом году уже не светит поблажек переходного периода, такие выезды на места очень нужны»* (Победа, 21.04.15). Одним из знаковых стал вопрос о значении Крыма для российского туризма: *«Ялта, Севастополь, Алушта, Феодосия и Судак вошли в топ 10 самых популярных курортов прошедшего лета. Такие данные, пишет агентство Крыминформ, приводятся в рейтинге российского сервиса онлайн-бронирования отелей Oktogo.ru. По данным сервиса, в сравнении с прошлым летом число онлайн-броней для летнего отдыха на крымских курортах выросло в 2,5 раза»* (Победа, 05.09.15). В публикациях поднимались вопросы развития Крыма как зоны отдыха: *«Глава городского округа Светлана Гевчук и глава администрации Дмитрий Щепетков приняли участие в презентации инвестиционного проекта по созданию рекреационной зоны на территории между озерами Аджиголь и Кучук-Аджиголь, сообщает пресс-служба*

Феодосийского городского совета» (Победа, 15.10.15). Подобного рода проекты несомненно способствуют модернизации туристической отрасли и расширению рекреационной зоны в Феодосийском районе. В завершение анализа отметим, что в газете «Победа» предпочтение при освещении темы туризма отдано таким жанрам, как заметка, сообщение и релиз, реже — репортажам из городов или посёлков, в которых происходит открытие / закрытие курортного сезона.

Выводы

Неослабевающий научный интерес к региональному дискурсу СМИ объясняется вниманием к факторам исторического развития и сложившемуся культурному коду территории, а также презентации местного информационного пространства. Жанровое своеобразие региональной прессы обусловлено общественно-историческими условиями, концепцией издания, традициями жанровой организации медийного материала, моделированием отношений с адресатом и др. Необходимо учитывать и особенности территории, традиционный региональный культурный код, имиджевые предпочтения, определяемые природными и экономическими условиями и т.д. В печатных СМИ Крыма ведущее место

занимают информационные жанры, причем с проявившейся тенденцией к сокращению объема медиатекстов. Одним из основных законов функционирования крымских изданий, по нашему мнению, является «приспособление» под аудиторию, то есть сочетание аналитической, взвешенной презентации современных социополитических проблем и доступной подачи материала. Немаловажную роль при этом играют элементы развлекательности, рубрики, в которых размещаются фотографии читателей, кроссворды, публикуются материалы краеведческого содержания, освещаются культурные события, являются традиционными. Что касается тематических предпочтений региональной прессы, то по итогам предпринятого анализа публикаций восьми ведущих изданий полуострова можем отметить, что лидирующие позиции занимает тема политики, представленная такими популярными микротемами, как «Украина на международной арене», «Работа крымских депутатов и чиновников», «Правовой статус Крыма», «Языковая проблема», «Борьба с самовольным строительством». Кроме того, региональные журналисты обращаются к другим актуальным темам крымской повестки дня, таким как туризм, культура, экология и экономика.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Егорова Л.Г. Крымская идентичность и роль региональных СМИ в ее формировании / Л.Г. Егорова // Дискурсология: возможности интерпретации гуманитарного знания : тезисы докл. — Симферополь, 2017. — С. 5–6.
2. Zimmerbauer K. Regional Identity and Image in Rescaling of the Regions / K. Zimmerbauer // Nordia Geographical Publications. — 2008. — Vol 37, no 6. — P. 31–44.
3. Актуальный срез региональной картины мира: культурные концепты и неомифологемы : монография / под ред. О.В. Орловой. — Томск : Изд-во Томского гос. пед. ун-та, 2011. — 223 с.

4. Смеюха В.В. Медиакоммуникации современного города / В.В. Смеюха, Д.А. Подобед, Е.С. Сипко. — Ростов на Дону : Изд-во РГУПС, 2017. — 174 с.
5. Районные газеты Пермского края : настоящее и будущее / под ред. Л.Л. Черепановой — Пермь : Изд-во ПГНИУ, 2017. — 240 с.
6. Современная картина мира: крымский контекст / под ред. Г.Ю. Богданович. — Симферополь : Ариал, 2017. — Кн.1. — 382 с.
7. Современная картина мира: крымский контекст / под ред. Г.Ю. Богданович. — Симферополь : АРИАЛ, 2018. — Кн. 2. — 336 с.
8. Дементьева К.В. Формирование дискурса региональных массмедиа / К.В. Дементьева // Гуманитарные научные исследования. — 2014. — № 10 (38). — С. 4–6.
9. Иванова Л.В. Пресса как фактор формирования городской среды и городского сообщества (на примере газетной периодики г. Ставрополя-на-Волге) : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Л.В. Иванова. — Тольятти, 2005. — 207 с.
10. Каминская Т.Л. Региональное медиаполе: векторы развития / Т.Л. Каминская // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. — 2013. — Т. 1, № 73. — С. 20–23.
11. Маленова Е.Д. Медиаобраз сибирского региона: лингвокогнитивное моделирование / Е.Д. Маленова, М. В. Терских. — Омск : ЛИТЕРА, 2015. — 160 с.
12. Тулупов В.В. Региональная журналистика: сегодня и завтра / В.В. Тулупов // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 2. — С. 78–92.
13. Рачков М.П. Наука и журналистика : Работы разных лет / М.П. Рачков. — Москва : СВР-Медиапроекты, 2014. — 224 с.
14. Черепанова Л.Л. Дискурс региональных СМИ: психолингвистический аспект : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Л.Л. Черепанова. — Пермь, 2007. — 219 с.
15. Шандрыголова Е.С. Современная отечественная региональная пресса как объект научной рефлексии / Е.С. Шандрыголова // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 2. — С. 387–396.
16. Яблоновська Н.В. Трансформація кримськотатарських дитячих медіа в Криму / Н.В. Яблоновська // Медіатрансформації: кол. монографія. — Київ : КНУЮМ, 2014. — С. 118–134.
17. 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.
18. Demirsoy A. Axes Concept of Democratic Rethinking the Local Media / A. Demirsoy, O. Dikener, E. Karakoç // Journal of International Scientific Publications: Media and Mass Communication. — 2013. — Vol. 2. — P. 4–13.
19. СМИ Крыма и Севастополя в медиасистеме России / под ред. Д.В. Жукова, П.Г. Щепиловой. — Москва : МедиаМир, 2018. — 218 с.
20. Щепилова Г.Г. Газетный рынок Крымского полуострова: в поисках модели финансирования / Г.Г. Щепилова // МедиаАльманах. — 2016. — № 4. — С. 32–38.
21. Щепилова Г.Г. СМИ Крымского полуострова: проблемы интеграции в российское медиaprостранство / Г.Г. Щепилова // Медиаскоп. — 2017. — № 1. — URL: <http://www.mediascope.ru/2269>.
22. Пушкарева Д.А. Типологическая специфика ведущих крымских газет / Д.А. Пушкарева // МедиаАльманах. — 2016. — № 2. — С. 68–76.
23. Ильченко Д.С. Тема науки в новостных порталах Крыма в условиях смены государства / Д.С. Ильченко, М.Е. Лебедеко, Ю.С. Плаутина // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2017. — № 3. — С. 110–129.
24. Хруль В.М. Конфликт повесток: религиозная жизнь Крыма и ее освещение в местных печатных и интернет-СМИ / В. М. Хруль // Медиаскоп. — 2017. — № 2. — URL: <http://www.mediascope.ru/2302>.
25. Тырыгина В.А. К интегративной концепции жанра / В.А. Тырыгина // Вестник Самарского государственного университета. — 2005. — № 4 (38). — С. 116–126.

26. Genres of Modern Mass Media / B.K. Serdali, G.Sh. Ashirbekova, K. Orazbekuly, B.M. Abiev // *International Electronic Journal of Mathematics Education*. — 2016. — Vol. 11, no. 5. — P. 1075–1085.
27. Mouriquand J. *L'écriture Journalistique* / J. Mouriquand. — Paris : Presses Universitaires de France, 2005. — 128 p.
28. Silverblatt A. *Genre Studies in Mass Media* / A. Silverblatt. — London : M.E. Sharp, 2007 — 258 p.
29. Короченский А.П. *Мировая журналистика: история, теория, практика* / А.П. Короченский. — Белгород : Белгород, 2015. — 240 с.
30. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров / Л.Е. Кройчик // *Основы творческой деятельности* / под ред. С.Г. Корконосенко. — Санкт-Петербург, 2000. — С. 125–168.
31. Ляпун С.В. Новые подходы к классификации газетных жанров в теории и практике журналистики / С.В. Ляпун // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение*. — 2011. — № 4. — С. 72–76.
32. Тертычный А.А. *Жанры периодической печати* / А.А. Тертычный. — Москва : Аспект Пресс, 2000. — 312 с.
33. Горчева А.Ю. *Корпоративная журналистика* / А.Ю. Горчева. — Москва : Вест-Консалтинг, 2008. — 220 с.
34. Павлова Л.Н. Редакторский анализ журналистских текстов / Л.Н. Павлова // *Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова*. — 2009. — Т. 6, № 3. — С. 39–44.
35. Тырыгина В.А. *Проблема жанра в массово-информационном дискурсе* : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / В.А. Тырыгина. — Москва, 2008. — 375 с.

REFERENCES

1. Egorova L.G. Crimean Identity and the Role of Regional Media in its Formation. *Diskursologiya: vozmozhnosti interpretatsii gumanitarnogo znaniya : tezisy dokladov* [Discursology: Opportunities of Interpretation of humanitarian Knowledge. Theses of Report]. Simferopol, 2017, pp. 5–6. (In Russian).
2. Zimmerbauer K. Regional Identity and Image in Rescaling of the Regions. *Nordia Geographical Publications*, 2008, vol 37, no 6, pp. 31–44.
3. 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 Neomifologemes]. Tomsk State Pedagogical University Publ., 2011. 223 p.
4. Smeyukha V.V., Podobed D.A., Sipko E.S. *Mediakommunikatsii sovremennogo goroda* [Media Communication of a Modern City]. Rostov State Transport University Publ., 2017. 174 p.
5. Cherepanova L.L. (ed.). *Raionnye gazety Permskogo kraja : nastoyashchee i budushchee* [District Newspapers of the Perm Region: Present and Future]. Perm State National Research University Publ., 2017. 240 p.
6. Bogdanovich G.Yu. (ed.). *Sovremennaya kartina mira: krymskii kontekst* [The Modern Picture of the World: Crimean Context]. Simferopol: Arial Publ., 2017. Bk. 1. 382 p.
7. Bogdanovich G.Yu. (ed.). *Sovremennaya kartina mira: krymskii kontekst* [The Modern Picture of the World: Crimean Context]. Simferopol: Arial Publ., 2018. Bk. 2. 336 p.
8. Dementieva K.V. Formation of Regional Mass Media Discourse. *Gumanitarnye nauchnye issledovaniya = Humanities Scientific Researches*, 2014, no. 10 (38), pp. 4–6. (In Russian).
9. Ivanova L.V. *Pressa kak faktor formirovaniya gorodskoj sredy i gorodskogo soobshchestva (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.
10. 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).

11. Malenova E.D., Tersikh M.V. *Mediaobraz sibirskogo regiona: lingvokognitivnoe modelirovanie* [Media Image of the Siberian Region: Linguocognitive Modelling]. Omsk, LI-TERA Publ., 2015. 160 p.
12. 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).
13. Rachkov M.P. *Nauka i zhurnalistika* [Science and Journalism] Moscow, SVR-Mediproekty Publ., 2014. 224 p.
14. Cherepanova L.L. *Diskurs regional'nyh SMI: psiholingvisticheskij Kand. Diss.* [Regional Mass Media Discourse: the Psycholinguistic Aspect. Cand. Diss.]. Perm, 2007. 219 p.
15. 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).
16. Yablonovskaya N.V. Transformation of Crimean Tatar Children's Media in Crimea. In *Mediatransformacii* [Medtranslator]. Kiev, KNUJUM Publ., 2014, pp. 118–134. (In Ukrainian).
17. 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.
18. Demirsoy A., Dikener O., Karakoç E. Axes Concept of Democratic Rethinking the Local Media. *Journal of International Scientific Publications: Media and Mass Communication*, 2013, vol. 2, pp. 4–13.
19. Zhukov D.V., Shchepilova G.G. (eds). *SMI Kryma i Sevastopolya v mediasisteme Rossii* [The Mass Media of the Crimea and Sevastopol in Russia's Media System]. Moscow, MediaMir Publ., 2018 p.
20. Schepilova G.G. Newspaper Market of the Crimean Peninsula: in Search of a Funding Model. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2016, no. 4, pp. 32–38. (In Russian).
21. Schepilova G.G. Mass Media of the Crimean Peninsula: Issues of Integration in Russian Media Space. *Mediascope = Mediascope*, 2017, no. 1. Available at: <http://www.mediascope.ru/2269>. (In Russian).
22. Pushkareva D.A. Typological Characteristics of the Leading Crimean Newspapers. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2016, no. 2, pp. 68–76. (In Russian).
23. Ilchenko D.S., Lebedenko M.E., Plautina Yu.D. Theme of Science on Crimean News Portals under the Change of State. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2017, no. 3, pp. 110–129. (In Russian).
24. Khrul V.M. Conflict of Agendas: Religious Life of Crimea and Its Coverage by Local Print and Internet Media. *Mediascope = Mediascope*, 2017, no. 2. Available at: <http://www.mediascope.ru/2302>. (In Russian).
25. Tyrygina V.A. To the Integrative Concept of the Genre. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta = Vestnik of Samara State University*, 2005, no. 4 (38), pp. 116–126. (In Russian).
26. Serdali B.K., Ashirbekova G.Sh., Orazbekuly K., Abiev B.M. Genres of Modern Mass Media. *International Electronic Journal of Mathematics Education*, 2016, vol. 11, no. 5, pp. 1075–1085.
27. Mouriquand J. *L'écriture journalistique*. Paris, Presses Universitaires de France, 2005. 128 p.
28. Silverblatt A. *Genre Studies in Mass Media*. London, M.E. Sharp, 2007. 258 p.
29. Korochenskii A.P. *Mirovaya zhurnalistika: istoriya, teoriya, praktika* [Global Journalism: History, Theory, Practice.]. Belgorod, Belgorod Publ., 2015. 240 p.
30. Kroychik L.Ye. The System of Journalistic Genres. In Korkonosenko S.G. (ed.). *Osnovy tvorcheskoy deyatel'nosti* [Basics of Creative Activity]. St. Petersburg, 2000, pp. 125–168. (In Russian).
31. Lyapun S.V. New Approaches to Classification of Newspaper Genres in the Theory and Journalism Practice. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie = Bulletin of the Adygeya State University. Series Philology and art criticism*, 2011, no. 4, pp. 72–76. (In Russian).

32. Tertychnyi A. A. *Zhanry periodicheskoi pechati* [Genres of the Periodical Press]. Moscow, Aspekt Press, 2000. 312 p.

33. Gorcheva A.Yu. *Korporativnaya zhurnalistika* [Corporate Journalism]. Moscow, Vest-Konsalting Publ., 2008. 220 p.

34. Pavlova L.N. An Editorial Analysis of Journalistic Texts. *Vestnik Severo-Vostochnogo federal'nogo universiteta im. M.K. Ammosova* = *Vestnik of North-Eastern Federal University*, 2009, vol. 6, no. 3, pp. 39–44. (In Russian).

35. Tyrygina V.A. *Problema zhanra v massovo-informatsionnom diskurse. Dokt. Diss.* [The Problem of the Genre in Mass Media Discourse. Doct. Diss.]. Moscow, 2008. 375 p.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Егорова Л.Г. Жанрово-тематические особенности дискурса СМИ Республики Крым / Е.Г. Егорова. — DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(2).335-346 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 2. — С. 335–346.

FOR CITATION

Egorova L.G. The Genre and Thematic Features of the Crimean Media's Discourse. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* = *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 2, pp. 335–346. DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(2).335-346. (In Russian).