

УДК 070:316.77(292.471)

ВЛИЯНИЕ МЕДИАДИСКУРСА НА ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Егорова Л. Г.

*ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет
им. Февзи Якубова»,
г. Симферополь
E-mail: legora@list.ru*

В статье описываются специфические признаки регионального дискурса СМИ, к которому на данном этапе развития научной мысли проявляют интерес филологи, социологи, философы, 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 региона. Региональные СМИ как часть медиасистемы государства информируют, убеждают, влияют, и для осуществления всех этих функций им необходимо владеть ситуацией сегодняшнего дня. А потому региональная картина мира находится в постоянном изменении и каждая ситуация погружается средствами массовой информации в социокультурный контекст территории. Автор отмечает, что региональный медиадискурс в ситуации трансформации мировоззренческой парадигмы транслирует данные о социальной реальности исходя из сложившихся особенностей развития региона. Тексты СМИ наполняют региональную картину мира ключевыми концептами, а также оказывают существенное влияние на формирование и трансформацию идентичности жителей региона. В ходе проведенного исследования были выделены наиболее показательные макротемы, формирующие информационную повестку дня Республики Крым и оказывающие влияние на формирование региональной идентичности адресата медиасообщения.

Ключевые слова: дискурс СМИ, медиатекст, региональная идентичность, регионология, Республика Крым.

ВВЕДЕНИЕ

Региональная картина мира в значительной степени складывается под влиянием местных средств массовой информации, поскольку медиатексты транслируют ключевые смыслы, важные для регионального сообщества. Региональные СМИ, являясь неотъемлемой частью национальной медиасистемы, реализуют базовые функции информирования, убеждения, влияния на общественное мнение, конструирования информационной повестки дня на конкретной территории. При этом, формируя динамичную региональную картину мира, местные СМИ подают любое событие с учетом социокультурного контекста. Картина мира региона, являясь частью медиакультурного пространства государства, отличается особыми признаками, обусловленными спецификой конкретной территории: географической, природно-климатической, культурной и др. Ее уникальность связана и с этническим фактором: каждый из этносов, проживающих в регионе, сохраняет особенности своего менталитета, быта, религиозных взглядов, культуры, мировоззрения в целом. Но при этом в процессе совместного проживания, помимо этнической, формируется и локальная идентичность, обусловленная территориальным фактором [5]. Описанию региональной картины мира

посвящено достаточное количество исследовательских работ: монографии «Актуальный срез региональной картины мира: культурные концепты и мифологемы» [1], «Медиакоммуникации современного города» [13], «Районные газеты Пермского края: настоящее и будущее» [9], труды Т. Л. Каминской [7], Е. Д. Маленовой [8], В. В. Тулупова [16], М. П. Рачкова [10], Е. С. Шандрыгиловой [17], Н. В. Яблоновской [18], Ю. А. Ястремской [19] и др. Вместе с тем, непрерывные изменения социальной действительности обуславливают необходимость введения новой параметризации материала с описанием исторического опыта и современных аспектов, связанных с трансформацией региональной картины мира. Отметим, что специфические признаки регионального медиадискурса, по нашему мнению, наиболее четко представлены в печатных СМИ и отражаются в содержании информационной повестки дня, особенностях освещения значимых событий, отбора тем, жанровой палитре, принципах организации диалога с аудиторией. Цель нашего исследования – охарактеризовать феномен регионального медиадискурса (на примере печатных СМИ Республики Крым) и его влияние на формирование крымской идентичности в современных социополитических условиях.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Дискурс СМИ формируется совокупностью средств массовой коммуникации и транслируемых ими медиатекстов и представляет собой многоструктурное и многокомпонентное коммуникативное явление [6]. Коммуникативные стратегии медиадискурса представлены следующими стратегиями: селективной, связанной с отбором информации и освещением значимых событий или намеренным отсутствием внимания к определенным темам; композиционной, предусматривающей особые подходы к структурированию информации, и презентационной стратегией фокусировки информации. В медиадискурсе, одной из целей которого является описание и интерпретация фактов действительности, значимыми становятся не только ситуации или явления, но и способы передачи информации. Отметим, что ценность события актуализируется в процессе сообщения о нем, что и определяет ключевую роль СМИ в формировании представлений адресата о положении дел в сферах общественной жизни, а также особенностей выражения различных сторон существования социума [20]. К важным особенностям дискурса СМИ можно отнести сближение лингвистической и прагматической составляющих и их трансформацию под воздействием экстралингвистических факторов. С позиции прагматического подхода внимание уделяется двум субъектам, которые в ходе коммуникационного процесса могут меняться ролями. В целях привлечения интереса адресата (целевой аудитории СМИ) информация структурируется и оформляется таким образом, чтобы читатель чувствовал себя участником диалога, то есть адресат должен воспринимать интенции адресанта как собственные. Поскольку одной из основных функций средств массовой информации является удовлетворение информационных потребностей аудитории, то успешность ее реализации и обеспечивает жизнеспособность СМИ. В медиатексте диалог с аудиторией позволяет обозначить пространство адресата, который выступает в роли объекта в журналистском монологе и субъекта – в диалоге. Благодаря обратной связи поддерживается единство коммуникативного пространства, появляется новая информация, дополняющая исходный медиатекст, корректирующая сказанное,

расширяющая или сокращающая содержание сообщения [4]. Таким образом, при создании текста СМИ учитывается «фактор адресата медиасообщения», поскольку журналисту необходимо создать наиболее благоприятные условия для усвоения информации целевой аудиторией. Важную роль при этом играет понимание общественно-политических и нравственных ценностей, пресуппозиционного поля, сформировавшегося у адресата сообщения в ходе взаимодействия с социокультурным пространством региона, а также специфика использования в текстах оценочных средств, так как печатные СМИ как инструмент создания оценок формируют идеологические установки читателей [21]. Каждое издание таким образом представляет свое восприятие действительности, выбирая оптимальную форму преподнесения в зависимости от особенностей и характеристик своей целевой аудитории. «Социальное назначение массмедийного дискурса состоит в том, чтобы внушить аудитории необходимость «правильных» оценок и действий» [3].

В отношении трактования понятия «региональный дискурс СМИ» отметим, что это по-прежнему дискуссионный вопрос. Обозначим позиции, важные для понимания данного феномена. Для современного общественно-политического устройства Российской Федерации характерна тенденция регионализации. Регион представляет собой сложное социально-политическое, экономическое, культурное образование, представление о нем как об особой культурной среде, обладающей специфическими характеристиками и формирующей собственную ценностную систему, дает исследователям основания говорить о значимости изучения региональной языковой личности и регионального языкового сознания [5]. Региональные медиа функционируют в рамках национальной медиасистемы [12], однако отметим тенденцию изучения их как автономного института, особенности которого определяются типом медиатизации региона. «Российская региональная пресса – важнейший институциональный атрибут всех территорий страны, способствующий сохранению местного сообщества, являющийся основной площадкой для обсуждения местной повестки дня» [16, с. 89].

Для нашего исследования значимым является тот факт, что региональный медиадискурс предоставляет информацию о социальной реальности исходя из текущих особенностей развития региона в ситуации трансформации мировоззренческой парадигмы. Одним из наиболее значимых, по нашему мнению, преимуществ региональных изданий является близость к читателю, живущему на конкретной территории [14], способность удовлетворить потребности аудитории в получении местных новостей, а также информации прикладного характера. Исследование особенностей медиатекстов региональных СМИ дает основание говорить об их тесной связи с феноменом идентичности. Региональная идентичность, как отмечает Д. В. Сосновский, представляет собой комплекс факторов, которые определяют осознание индивидом собственной территориальной, культурной и политической принадлежности [15, с. 44]. Считаем необходимым отметить, что специфика крымского региона заключается в сосуществовании на его территории различных этносов и разнообразии поддерживаемых культурных традиций, а также субъективном уровне территориальной идентификации с присущей ему выраженной эмоциональной составляющей. Исследователи, говоря о субъективной составляющей региональной идентичности, обращают внимание на характерное чувство привязанности индивида к своему региону и восприятие его как отличающегося от других [5]. При этом политические и административные характеристики идентификации территории, по

ВЛИЯНИЕ МЕДИАДИСКУРСА НА ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

замечанию Е. В. Головневой, отходят на второй план: «Региональная идентичность в этом смысле характеризуется как эмоциональная категория, предполагающая чувство места и привязанности к нему» [2, с. 184].

На формирование идентичности жителей Крыма, по нашему мнению, в первую очередь оказывают влияние местные средства массовой информации. Отметим ряд активно задействованных тематических векторов, в числе которых исторический, культурный, личностный, географический [5]. Из них именно географический вектор, связанный с трансляцией идеи территориальной принадлежности, сопричастности территории, признанием себя жителем региона, является, по нашему мнению, доминирующим и представлен в значительной части проанализированных нами публикаций. Приведем несколько показательных примеров: *Меньше трёх недель остаётся до выборов президента нашей страны, в которых впервые примут участие и крымчане. Причём в знаменательную для полуострова дату – 18 марта, День воссоединения Крыма с Россией* (Крымская правда, 1.03.2018); *Горы, море, фрукты и вино – всё это мы, крымчане, и приезжие туристы считаем визитной карточкой нашего полуострова* (Крымская правда, 4.04.2018); *Так что стоит почаще вспоминать, что все мы крымчане, а добрые дела ещё никому не мешали жить счастливо* (Крымская правда, 17.04.2018). Итак, информационное пространство региона имеет особую организацию, что определяет доминирующее влияние средств массовой информации на формирование регионального имиджа, репарационного капитала территории. Исследователи выделяют ряд традиционных функций, реализуемых акторами регионального медиaprостранства [11]. Среди них функция интеграции различных сил региона для поддержания нового порядка: *Вспомните, как все вместе мы с вами выбирали своё будущее. Каждое слово, каждый голос имели тогда значение. Именно тогда мы почувствовали себя народом, а не просто населением - сборищем разрозненных индивидуумов, тяготящихся каждый своими проблемами. Мы почувствовали себя реальной силой, способной творить историю. И мы этой силой стали* (Крымская правда, 16.03.2018). Особо важной представляется функция разграничения «свой» – «чужой» в различных сферах жизни общества с задействованием стратегии примирения и установления консенсуса: *Крымчане должны жить на благословенной земле Крыма как добрые соседи, а не делиться на гостей и хозяев этой земли. Попытки узаконить такое деление неизбежно приведут к возникновению и развитию этнополитического конфликта в Крыму* (Крымская газета, 26.09.2018). Региональное медиaprостранство выступает площадкой для дискуссии, выражения мнений и точек зрения по актуальным вопросам и событиям: *В Крыму обсуждают Послание президента Федеральному Собранию* (Крымская газета, 21.04.2018).

Регионального медиадискурсу присуща достаточно устойчивая тематическая структура и аксиологическая оценка. В ходе исследования нами выделены ключевые темы в информационной повестке газет «Крымская правда», «Крымская газета», «Крымские известия» 2014–2018 гг. Так, характеризуя политическую ситуацию в Крыму и работу чиновников, издания формируют в целом положительный образ представителей власти полуострова. При этом адресат медиатекстов зачастую позиционируются как объект заботы властей: *Практика селекторных совещаний с главами муниципалитетов, применяемая ранее крымским правительством, оказалась малоэффективной. Чиновники, привыкшие к такому формату контроля, начали замалчивать проблемные вопросы, недоговаривать, уходить от ответов, а порою и лгать главе республики. Так что понять*

истинное положение дел в районах стало невозможным. Именно поэтому Сергеем Аксёновым было принято решение начать разговаривать не с чиновниками, а с людьми. Теперь два раза в неделю члены крымского правительства будут выезжать в районы и проводить приёмы граждан (Крымская правда, 13.10.2017); Жизнь в Республике Крым довольно 88% опрошенных, и этот показатель растёт с 2014 года, доказывают данные отчёта по социологическим исследованиям ВЦИОМ за февраль 2018 года. Уровень одобрения главы Крыма Сергея Аксёнова также высок – 76%. Эти же 76% хотели бы, чтобы он и дальше оставался руководителем (Крымская газета, 19.02.2018). Значимым для регионального информационного пространства остаётся акцент на связи Крыма с большой родиной – Россией и русской культурой: Праздник, отныне ставший официальным и для нас, жителей полуострова. Конечно, он был для нас праздником и раньше, ведь сердца многих крымчан всегда бились в такт с курантами на Спасской башне московского Кремля, и все радости и тревоги Великой России мы принимали, как свои. И отмечали мы его по-крымски, радуясь за Россию и грустя от вынужденной разлуки. Но вопреки границам и политикам мы были вместе с Россией, с Родиной. Вместе: духовно, исторически, культурно, по-семейному, по-братски, едины в своих многонациональных колоритах, надеждах и устремлениях (Крымская правда, 10.06.2014); Значительная часть населения полуострова считает, что восстановлена историческая справедливость. Крым — часть России. Кроме того, годовой бюджет Крыма и Севастополя вырос более чем в пять раз. В три раза увеличились заработные платы, идёт активное строительство. Соответственно, улучшается качество и уровень жизни населения (Крымская газета, 20.02.2018). Можно говорить о том, что данный фактор связан с необходимостью трансляции нового вида идентификации. Поскольку Крым представляет собой исторически сложившееся многонациональное пространство, культурное и этническое разнообразие региона как важный фактор идентичности крымчан также находит отражение в материалах местных печатных СМИ: Не будет преувеличением сказать, что Крым – это Россия в миниатюре. Прежде всего благодаря своей насыщенной этнической палитре. И уже только одно это обстоятельство делает наш полуостров особенной территорией. Ведь чем больше этносов живёт на весьма ограниченном пространстве, тем многограннее отношения между ними – от добрососедских до драматических. И вот именно в этом – в создании комфортной атмосферы для представителей всех национальностей и вероисповедания – и состоит тонкое искусство государственной этнополитики (Крымская газета, 07.11.2017).

Помимо особого культурного кода, сложившегося в регионе, тексты региональных газет отражают особенности природных и экономических характеристик территории. Для Крыма важным является рекреационный потенциал полуострова, что обуславливает повышенное внимание местных СМИ к проблемам и перспективам развития туристической сферы: Прошлогодние прогнозы экспертов, уверявших, что курортный сезон 2015 года продемонстрирует всевозрастающий интерес россиян к Крыму, оказались верными. Пляжи приморских городов действительно не пустовали. Об уверенном росте популярности крымских курортов свидетельствуют и данные статистики (Крымская правда, 8.09.2015); Собственно, глобальных проблем, мешающих крымским курортам выйти на качественно новый уровень, несколько. Наиболее острая, а соответственно, и очевидная связана с несоответствием цены и качества предоставляемых курортных услуг. Дело в том, что из-за этого дисбаланса туристы

ВЛИЯНИЕ МЕДИАДИСКУРСА НА ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

нередко склоняются к выбору других курортных регионов, расположенных в Черноморском бассейне. Изменить ситуацию непросто, но возможно, уверен глава Крыма Сергей Аксёнов (Крымская правда, 18.01.2017). В целом региональная повестка дня формируется следующими структурными компонентами (расположены в порядке убывания частотности): политическая ситуация, экономика, социальные аспекты, актуализация общих ценностей, обсуждение проблем региона. Среди векторов идентификации адресата в печатных изданиях следует выделить связь с региональной территорией – Крымом, с большой родиной – Россией, а также преобразовательные процессы на полуострове.

ВЫВОДЫ

Картина мира региона, будучи частью общего медиапространства государства, характеризуется особыми признаками, обусловленными географической, природной, исторической, культурной и др. спецификой. Региональная картина мира формируется под влиянием местных СМИ, освещающих факты и события через призму регионального социокультурного контекста и транслирующих ключевые смыслы, значимые для регионального сообщества. В региональном медиадискурсе информация о фактах и событиях социальной действительности преподносится с учетом специфики текущего этапа развития региона, актуальных ценностных и мировоззренческих ориентиров. Особенности регионального дискурса СМИ проявляются ситуативно в жанрово и тематически обусловленной речевой деятельности, выборе коммуникативных стратегий и тактик. Специфические признаки регионального медиадискурса представлены в печатных СМИ и отражаются в особенностях повестки дня, способах освещения событий, наиболее востребованных темах, жанровой палитре, принципах организации диалога с аудиторией. Региональные печатные СМИ способны удовлетворить потребности жителей региона в получении местных новостей, а также информации прикладного характера, близость к читателю является одним из преимуществ таких масс-медиа. Исследование особенностей медиатекстов региональных СМИ дает основание говорить об их тесной связи с феноменом идентичности. В частности, в региональных изданиях отмечены процессы медиаконструирования крымской идентичности с привлечением таких тематических направлений, как географическое, историческое, культурное и др. Отметим, что региональные СМИ выступают площадкой для дискуссии, выражения точек зрения по значимым вопросам, выполняют роль интегратора конструктивных сил на полуострове, активно задействуя стратегию достижения ценностного консенсуса.

Список литературы

1. Актуальный срез региональной картины мира: культурные концепты и неомифологемы : монография / О. В. Орлова и др. – Томск : Изд-во Томск. гос. пед. ун-та, 2011. – 223 с.
2. Головнева, Е. В. Региональная идентичность и идентичность региона / Е. В. Головнева // Известия Урал. федер. ун-та. Серия: Общественные науки. – 2017. – № 167. – Т. 12 (3). – С. 182–189.

3. Дементьева, К. В. Формирование дискурса региональных массмедиа [Электронный ресурс] / К. В. Дементьева // Гуманитарные научные исследования. – 2014. – № 10. – URL: <http://human.snauka.ru/2014/10/8050> (дата обращения: 16.01.2021).
4. Демьянков, В. З. Специальные теории интерпретации в вычислительной лингвистике / В. З. Демьянков. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1988. – 87 с.
5. Егорова, Л. Г. Крымская идентичность в медийной картине мира / Л. Г. Егорова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Т. 8, №2. – С. 373–387.
6. 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.
7. Каминская, Т. Л. Региональное медиаполе: векторы развития / Т. Л. Каминская // Вестник Новгород. гос. ун-та им. Ярослава Мудрого. – 2013. – № 73-1. – С. 20–23.
8. Маленова, Е. Д. Медиаобраз сибирского региона: лингвокогнитивное моделирование / Е. Д. Масленова, М. В. Терских. – Омск : ЛИТЕРА, 2015. – 160 с.
9. Районные газеты Пермского края : настоящее и будущее [Электронный ресурс] : монография / под общ. ред. Л. Л. Черепановой. – Пермь, 2017. – URL : <https://elis.psu.ru/node/488482> (дата обращения: 16.01.2021).
10. Рачков, М. П. Наука и журналистика : Работы разных лет / М. П. Рачков. – М. : ЗАО «СВР «Медиапроекты», 2014. – 224 с.
11. Романов, А. А. Медиакоммуниканты в региональном политическом пространстве / А. А. Романов, В. Х. Зайнабдиев // Масс-медиа и массовые коммуникации: статус научных и учебных дисциплин : Первый межд. научный colloquium. – Белгород, 2013. – С. 81–83.
12. Савчук, С. О. Лексико-семантические особенности текстов региональных СМИ по данным корпусного обследования / С. О. Савчук // Труды междунар. конференции «Корпусная лингвистика – 2015». – СПб., 2015. – С. 398–406.
13. Смеюха, В. В. Медиакоммуникации современного города : монография / В. В. Смеюха, Д. А. Подобед, Е. С. Сипко. – Ростов н/Д, 2017. – 174 с.
14. Соломонов, Ю. Ю. Региональная пресса Франции: история и секреты успеха ежедневных газет. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 136 с.
15. Сосновский, Д. В. Процессы формирования региональной идентичности в Крыму в контексте поляризации украинского общества (1991–2014) : дис. ... канд. полит. наук / Д. В. Сосновский. – М., 2014. – 171 с.
16. Тулупов, В. В. Региональная журналистика: сегодня и завтра / В. В. Тулупов // Вопросы теории и практики журналистики. – Иркутск, 2013. – № 2 (4). – С. 78–92.
17. Шандрыгорова, Е. С. Современная отечественная региональная пресса как объект научной рефлексии [Электронный ресурс] / Е. С. Шандрыгорова // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2, ч. 1. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=20737> (дата обращения: 16.01.2021).
18. Яблоновська, Н. В. Трансформація кримськотатарських дитячих медіа в Криму / Н. В. Яблоновська // Медіатрансформації: кол. монографія. – К.: КНУКіМ, 2014. – С. 118–134.
19. 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.

20. Bell, A. Language and the Media / A. Bell // Annual Review of Applied Linguistics. – 1995. – Vol. 15. – P. 23–41.
21. Reath, D. The language of newspapers / D. Reath. – London : Psychology Press, 2002. – 126 p.

References

1. *Aktual'nyj srez regional'noj kartiny mira: kul'turnye koncepty i neomifologemy* [Actual section of the regional picture of the world: cultural concepts and neomythologemes]. – Tomsk, 2011. 223 p.
2. Golovneva E. V. *Regional'naja identichnost' i identichnost' regiona* [The regional identity and identity of region]. *Izvestija Uralskogo federalnogo universiteta. Serija: Obshhestvennye nauki*, 2017, No 167, Vol. 12(3), pp. 182-189.
3. Dement'eva K. V. *Formirovanie diskursa regional'nyh massmedia* [The regional mass media discourse forming]. *Gumanitarnye nauchnye issledovanija*, 2014, No 10. Available at: <http://human.snauka.ru/2014/10/8050> (accessed 16.01.2021)
4. Dem'jankov V. Z. *Special'nye teorii interpretacii v vychislitel'noj lingvistike* [The special theories of interpretation in computational linguistics]. Moscow, 1988. 87 p.
5. Egorova L. G. *Krymskaja identichnost' v medijnoj kartine mira* [The Crimean identity in media picture of the world]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 2019, Vol 8, No 2, pp. 373-387.
6. Egorova L. G. *Specifika sovremennogo regional'nogo diskursa SMI (na primere pechatnoj pressy Respubliki Krym)* [Modern regional media discourse features (on the example of the Republic of Crimea printed press)]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 2019, Vol 7, No 4, pp. 615-6287.
7. Kaminskaja T. L. *Regional'noe mediapole: vektory razvitija* [Regional media space: the development vectors]. *Vestnik Novgorodskogo gos. universiteta im. Jaroslava Mudrogo*, 2013, No 73-1, pp. 20–23.
8. Malenova E. D. *Mediaobraz sibirskogo regiona: lingvokognitivnoe modelirovanie* [Media image of Siberian region : linguistic and cognitive modelling]. Omsk, 2015. 160 p.
9. *Rajonnye gazety Permskogo kraja : nastojashhee i budushhee* [District newspapers of Perm region : the present and the future]. Perm, 2017. URL : <https://elis.psu.ru/node/488482> (accessed 16.01.2021)
10. Rachkov M. P. *Nauka i zhurnalistika : Raboty raznyh let* [Science and journalism: the works of different years]. Moscow, 2014. 224 p.
11. Romanov A. A., Zajnalabdiev V. H. *Media-kommunikanty v regional'nom politicheskom prostranstve* [Media communicants in regional political space]. *Mass-media i massovyje kommunikacii: status nauchnyh i uchebnyh disciplin*. Belgorod, 2013, pp. 81–83.
12. Savchuk S. O. *Leksiko-semanticheskie osobennosti tekstov regional'nyh SMI po dannym korpusnogo obsledovanija* [Lexical and semantical features of regional mass media texts according to corpus research]. *Trudy mezhdunarodnoi konferencii «Korpusnaja lingvistika – 2015»*, . 2015, pp. 398-406.
13. Smejuha V. V, Podobed D. A., Sipko E. S. *Mediakommunikacii sovremennogo goroda* [Media communications of modern city]. – Rostov-on-Don, 2017. 174 p.

14. Solomonov Ju. Ju. *Regional'naja pressa Francii: istorija i sekrety uspeha ezhdnevnyh gazet* [Regional printed media of France: history and secrets of success of daily newspapers. Moscow, 2003. 136 p.
15. Sosnovskij D. V. *Processy formirovanija regional'noj identichnosti v Krymu v kontekste poljarizacii ukrainskogo obshhestva (1991–2014) : dis. kand. polit. nauk* [The processes of regional identity forming in Crimea in the context of Ukrainian society polarization (1991-2014). Thesis]. Moscow, 2014. 171 p.
16. Tulupov V. V. *Regional'naja zhurnalistika: segodnja i zavtra* [Regional journalism : today and tomorrow]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 2013, No 2 (4), pp. 78-92.
17. Shandrygolova, E. S. *Sovremennaja otechestvennaja regional'naja pressa kak ob'ekt nauchnoj refleksii* [Modern national regional printed media as an object of scientific reflection]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovanija*, 2015, No 2, Ch. 1. Available at: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=20737> (accessed 16.01.2021)
18. Jablonov'ska, N. V. *Transformacija krims'kotatars'kih ditjachih media v Krimu* [Crimean Tatar children media transformation in Crimea]. *Mediatransformacii: kol. Monografija*. Kiev, 2014, pp. 118-134.
19. Jastremskaja Ju. A. *Obshhestvenno-politicheskij diskurs gorodskoj provincial'noj gazety v diahronnom aspekte : dis. kand. filol. nauk* [Social and political discourse of city provincial newspaper in diachronic aspect. Thesis]. Cheljabinsk, 2014. 170 p.
20. Bell A. Language and the Media. *Annual Review of Applied Linguistics*, 1995, Vol. 15., pp. 23–41.
21. Reath D. *The language of newspapers*. London, 2002. 126 p.

MEDIA DISCOURSE IMPACT ON THE REGIONAL IDENTITY FORMATION

Yegorova L. G.

Summary. The article describes the regional media discourse which at this stage of development of scientific thought is the subject of scientific interest of philologists, sociologists, philosophers, political scientist since regional mass media make a significant impact on the certain territory picture of the world forming and media texts fill it with key meanings important for regional civic society. Regional mass media as a part of national media system inform, convince, influence and in order to carry out these functions mass media have to know the agenda. Thus regional picture of the world is in continuous change and each situation is immersed by mass media in social and cultural context of the territory. The author points out that in the situation of the worldview paradigm shift regional media discourse transmits information about social reality taking into account features of the region development. Mass media texts fill the regional picture of the world with key concepts and have a significant impact on people of the region identity forming and transformation. In the research the most noticeable macrothemes that form the Republic of Crimea agenda and influence the regional identity of the media recipient are distinguished.

Keywords: media discourse, media text, regional identity, regionology, Republic of Crimea.