

УДК 070:316.77(292.471)

РЕГИОНАЛЬНЫЙ МЕДИАТЕКСТ: К ПОСТАНОВКЕ ВОПРОСА

Зайцев Е. Р.

*ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»,
Симферополь, Российская Федерация
E-mail: egor.zts@gmail.com*

В статье рассматриваются особенности регионального медиатекста как части информационного пространства. В исследовании отмечена тесная взаимосвязь специфики региональных медиатекстов с феноменом региональной идентичности. Реальные события при их освещении в текстах СМИ погружаются в социокультурное пространство, поэтому интерпретация регионального медиатекста требует понимания политического, культурного и других подтекстов, которые придают сообщению дополнительные смыслы и определяют способ кодирования информации. В текстах региональных СМИ наблюдается усиление значимости регионально маркированных идеологем и культурных концептов, определяющих социальную оценку фактов и событий. Аксиологическая составляющая регионального медиадискурса проявляется и в ключевой гипертеме медиатекстов – жизни региона. Характеризуя информационную повестку дня, формируемую крымскими региональными медиа, автор фиксирует значительное внимание к гипертеме развития региона.

Ключевые слова: медиатекст, медиадискурс, региональные СМИ, информационное пространство.

ВВЕДЕНИЕ

Наблюдаемые в последние десятилетия изменения коммуникативных процессов, обусловленные возрастающим влиянием массмедиа на индивидов и социум, привлекают внимание исследователей в области политологии, социологии, психологии, массовых коммуникаций и лингвистики.

Системное исследование речевой практики средств массовой информации в условиях формирования информационного общества приобретает особую актуальность, поскольку «современная языковая личность живет в пространстве медиатекстов, представленных контекстом массовой информации» [2, с. 57]. СМИ выступают не только как посредник в системе передачи массовой информации, но и как инструмент конструирования медиареальности, формирующейся при интерпретации медиа действительности, ее отражения в медиатекстах в результате творческого акта отбора информации и выбора способа ее подачи с использованием технических средств. Таким образом СМИ расширяют знания массовой аудитории об окружающем мире и выступают способом когнитивной обработки информации обществом и отдельными индивидами с целью формирования картины мира.

Медиареальность может рассматриваться как конструкт, выстраиваемый между аудиторией медиа и объективной реальностью, формируемый посредством комплекса семиотических систем, ключевую роль при этом играет вербальная система. Значительное влияние на специфику выстраиваемой медиареальности оказывают особенности медиасистемы и формируемого ее информационного пространства. Комплексное исследование особенностей регионального медиaprостранства невозможно без изучения лингвистических аспектов

функционирования региональных медиатекстов и медиадискурса. Последний отражает текущие нормы языка, фиксирует состояние его лексического и грамматического состава, вводит в языковой корпус новую лексику. При этом медиадискурс, по замечанию исследователей, может рассматриваться как наиболее динамично развивающийся среди всех типов дискурса, что связано со способностью медиасреды, в рамках которой он функционирует, быстро изменяться в результате развития цифровой среды [2].

Таким образом, анализ дискурсивной практики, сложившейся в региональной медиасистеме как особом типе коммуникации, и выделение характеристик регионального медиатекста представляется актуальной задачей. Цель настоящего исследования – выявление ключевых особенностей регионального медиатекста, определяющих специфику дискурсивной практики СМИ региона. Материалом исследования послужили публикации в таких изданиях, как «Крымская газета», «Крымская правда», «Крымский телеграф», за период с января по март 2022 года.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

М. Ю. Казак определяет медиатекст как совокупность продуктов массовой коммуникации, включающей журналистские, рекламные и PR-тексты. При этом, по замечанию исследователя, каждый тип текстов обладает собственными специфическими характеристиками [5]. Особенности медиатекстов определяются условиями их функционирования, в том числе характером информации, которую транслируют СМИ, невозпроизводимостью, связанной с быстрым устареванием информации и переключением внимания аудитории на более актуальные сообщения, коллективным характером производства медиатекста, спецификой технических средств трансляции сообщения, которые определяют не только формат подачи информации, но и ее структурирование [10]. Т. Г. Добросклонская подчеркивает, что медиатекст нельзя рассматривать исключительно как последовательность вербальных знаков, поскольку медийные характеристики средств массовой коммуникации приносят в сообщение дополнительные смыслы [3]. Исходя из данного положения, медиатекст описывается как комплексная многоуровневая и многомерная знаковая система, в которой сочетаются как вербальные, так и невербальные семиотические коды. Для медиатекстов характерна открытость содержательного, смыслового, композиционного и знакового уровня [5]. Среди значимых параметров медиатекста принято выделять способ его производства, форму создания, тематическую направленность, канал распространения, определяющий способы кодировки действительности в сообщении, а также жанровые характеристики [3]. Специфика медиатекста как речевого произведения, по мнению исследователей, определяется сложившимися тенденциями представления продуктов массовой коммуникации – технологичностью; включенностью в систему идеологического воздействия; массовостью адресата и т. д. [1].

Реальные события, отраженные в медиатекстах, погружаются в социокультурное пространство, благодаря чему приобретают дополнительный информационный и культурный смысл. Г. А. Антонова отмечает: «объем и полнота информации при

создании медиатекстов увеличивается не за счет фактологической, документальной стороны высказывания, а за счет «игры» разных текстовых структур внутри одного текста». Исследователь указывает, что декодирование и интерпретация заложенных в медиатекстах вербальных, визуальных, символических смысловых кодов требует от адресата особой подготовки [1, с. 275].

Адекватная интерпретация медиатекста требует понимания особенностей его создания: адресант отбирает конкретные факты, освещает их и связанные с ними события, помещая в определенный контекст, таким образом формируется образ, стереотип восприятия происходящего. Особое значение в данном процессе приобретают политический, культурный и другие подтексты, придающие сообщению дополнительные смыслы и определяющие способ кодирования информации [11].

Б. Б. Сибиданов, рассматривая ключевые механизмы функционирования и параметры регионального медиадискурса, приходит к выводу, что медиатексты призваны выполнять две ключевые задачи: информирование аудитории и обеспечение массовой коммуникации в целях регулирования отношения в социуме: «Коммуникативное измерение функционирования медиатекста опирается на лингвистический базис, в качестве которого выступают типы пассажей, универсальные типы целеполаганий любых речевых конструкций: нарративный, дескриптивный, объяснительный, инструктивный и увещательный, убеждающий» [9, с. 155].

Медиатексты, транслируемые региональными СМИ, призваны формировать и удовлетворять коммуникативные запросы представителей регионального сообщества [8] в получении как актуальной новостной информации, так и сведений прикладного характера. В таких текстах информация транслируется с ориентацией на актуальные особенности развития конкретного региона, что и определяет одно из ключевых преимуществ региональных СМИ – близость к аудитории, проживающей на конкретной территории. Л. Г. Егорова указывает на тесную взаимосвязь специфики региональных медиатекстов с феноменом региональной идентичности, отражающей осознание целевой аудиторией своей территориальной и социокультурной принадлежности [4]. Семантические и стилистические особенности текстов, формирующих региональный медиадискурс, определяются рядом экстралингвистических факторов: географическое положение региона, административно-территориальный статус, экономическая ситуация, исторические, этнические и др. характеристики территории [6].

Поскольку медиатекст ориентирован на массового адресата, значимыми характеристиками становятся не только особенности самого текста, но и контекст, в котором реализуется коммуникативный процесс. Б. Б. Сибиданов выделяет три уровня формирования контекста медиасообщений – событийный (медийный), социальный и культурологический. Событийный контекст определяется совокупностью информации по теме медиатекста, которой обладает адресат, и оказывает влияние на понимание и усвоение смысла медиасообщения индивидом, оценку фактов и поведение аудитории. Социальный контекст находится в тесной взаимосвязи с событийным, поскольку включение получаемых из медиатекста новых

сведений в информационную компетентность массовой аудитории приводит к повышению уровня социальной осведомленности и осмыслению новой информации с позиции ее влияния на функционирование социальной системы. Культурологический контекст определяется теми установками, традициями и ценностями, которые сформированы в сообществе. Следует отметить, что данный контекст оказывает влияние не только на восприятие медиасообщения, но и на весь процесс коммуникативного взаимодействия [9].

В региональных медиатекстах отражается сложившийся на определенной территории культурный код и формируется особая аксиологическая оценка фактов и событий. А. И. Пушкарева указывает на то, что аксиологическая составляющая регионального медиадискурса проявляется в ключевой гипертеме медиатекстов (жизни региона) и краеведческих доминантах, т.е. темах, которые представлены в медиасообщениях и связаны с актуализацией в текстах региональной идентичности. Особое значение здесь приобретают общие культурные концепты и идеологемы, определяющие социальную оценку происходящего, а также регионально маркированные идеологемы, в которых проявляются значимые для местного сообщества особенности территории [7]. Наиболее ярким примером регионально маркированной идеологемы, транслируемой крымскими СМИ, является «Крымская весна»: *Всё получится, земляки, ведь мы вместе, мы дома, мы сильные! У нас «Крымская весна». Бесконечно и надежно* («Крымская правда», 17 марта 2022).

Среди ведущих общекультурных концептов следует назвать идею сбалансированных межэтнических отношений, поддерживаемых на территории полуострова: *Одно из основных направлений работы учреждения связано с изданием книг на родных языках народов, проживающих в Республике Крым. Такая социально значимая литература, несомненно, не только важна для гармоничного развития культуры различных этносов, способствуя межнациональному согласию, но и позволяет знакомить представителей других национальностей с особенностями языка, традициями, поверьями, мировоззрением* («Крымская газета», 18 марта 2022).

В текстах СМИ социальная оценка событий реализуется исходя из сложившейся системы общественных идеалов, что в полной мере присуще и региональным медиатекстам. Однако в текстах региональных медиа актуализируется еще одна форма существования социальных ценностей – предметно воплощенные ценности, что и определяет в значительной степени аксиологическую специфику дискурса региональных медиа. Региональные медиатексты отражают духовно значимые для аудитории объекты – предметы материальной и духовной культуры, которые в массовом сознании соотносятся с концептом малой родины и могут рассматриваться как маркеры региональной идентичности [7]. Лексическими средствами презентации таких ценностей выступают в первую очередь имена собственные – топонимы, а также обозначения важных мест городской среды: *Территория современной Балаклавы когда-то была густонаселённой. Здесь находили приют скифы и тавры, греческие колонизаторы и воинственные римляне. Теперь Балаклава – курортный район Севастополя* («Крымская правда», 5 марта 2022); *В Крыму 30 марта были созданы две новые особо охраняемые природные территории. Это так называемые каменные грибы рядом с Малым Салгиром и парк им. М. В. Печёнкина, возле*

водохранилища в Симферополе («Крымская правда», 5 апреля 2022); Кроме того, к «серым зонам» относятся городские леса. За отчетный период от мусора очищены территории городских лесов общей площадью порядка 960 тысяч квадратных метров в районе улиц Балаклавская, Аральская и возле водохранилища («Крымский Телеграф», 22 марта 2022). Такие действительные вербальные средства отражают пространственную идентификацию жителей территории и демонстрируют принадлежность адресанта и целевой аудитории к особой общности с едиными представлениями о пространстве региона.

Особенности регионального медиадискурса, проявляющиеся в медиатекстах, включают специфику выстраиваемой СМИ информационной повестки и способы освещения фактов и событий, тематическую палитру, способы и приемы поддержания диалога с адресатом медиасообщения [4]. Характеризуя информационную повестку дня, формируемую крымскими СМИ, следует отметить значительное внимание к гипертеме развития региона в различных сферах – от роста сельского хозяйства до благоустройства населенных пунктов и улучшения инфраструктуры: *В 2022 году также ожидается прирост производства продукции сельского хозяйства на 3%; продукции растениеводства – на 3,5%; продукции животноводства – на 0,2%. Также в этом году в планах сельхозорганизаций и фермерских хозяйств республики закладка 800 гектаров многолетних насаждений и 800 гектаров виноградников («Крымская правда», 18 февраля 2022); Первый этап строительства трассы в обход Симферополя на участке Донское – Перевальное обойдется в 15 миллиардов 973 рублей. Дорога протяженностью 25,2 километра соединит федеральную трассу «Таврида» с дорогой на Южный берег Крыма («Крымская газета», 16 марта 2022); В Симферополе до середины мая капитально отремонтируют 35 тысяч квадратных метров дорожного полотна («Крымская газета», 4 апреля 2022); Своего картофеля и овощей в Крыму станет больше. Этому способствуют субсидии, большая вода и отечественные семена («Крымская газета», 1 апреля 2022).* Исследователи отмечают, что для региональных медиа характерна достаточно устойчивая тематическая структура [4]. При этом большую роль играет «традиция восприятия сложившихся в регионе тем медиатекстов», которая оказывает влияние и на традиции подготовки медиасообщений адресантом, и на традиции восприятия текста целевой аудиторией [9, с. 155]. Таким образом, в медиатекстах изданий Республики Крым помимо общекультурных концептов активно представлены регионально маркированные идеологемы и предметно воплощенные ценности, определяющие аксиологическую составляющую дискурса крымских СМИ. В информационной повестке дня, формируемой региональными медиатекстами, особое внимание уделяется гипертеме развития региона.

ВЫВОДЫ

Сегодня СМИ являются не только средством передачи массовой информации, они интерпретируют факты и события действительности, погружая их в социокультурное пространство и конструируя медиареальность. Тексты региональных СМИ призваны удовлетворять коммуникативные запросы целевой аудитории – регионального сообщества, что и определяет особенности

представления информации. Так, лексические и стилистические особенности региональных медиатекстов обуславливаются рядом экстралингвистических факторов, в числе которых географическое положение региона, административно-территориальный статус, экономическая ситуация, исторические, этнические и другие характеристики территории. В региональных медиатекстах проявляется сложившийся на определенной территории культурный код и формируется особый тип аксиологической оценки действительности, наблюдается активизация регионально маркированных идеологем и культурных концептов, определяющих социальную оценку фактов и событий. Ключевая гипертема таких медиатекстов – жизнь региона – тесно связана с актуализацией в сообщениях маркеров региональной идентичности. Особенности регионального медиадискурса выражаются в специфике выстраиваемой СМИ информационной повестки и тематической палитры сообщений. Характеризуя информационную повестку дня крымских СМИ, следует отметить значительное внимание к гипертеме развития региона в различных сферах.

Дальнейшая перспектива исследования специфики региональных медиатекстов Республики Крым видится в комплексном анализе их стилистических и лексических особенностей на современном этапе.

Список литературы

1. Антонова Л. Г. Медиатексты в современной массовой коммуникации // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – № 2. – Т. 1. – С. 275–278.
2. Джабраилова В. С., Фомичева М. П. Медийный дискурс как объект лингвистического исследования // Тенденции развития науки и образования. – 2019. – № 46–3. – С. 56–61.
3. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). – М.: Флинта: Наука, 2008. – 263 с.
4. Егорова Л. Г. Влияние медиадискурса на формирование региональной идентичности // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2021. – Т. 7 (73). – № 1. – С. 165–173.
5. Казак М. Ю. Специфика современного медиатекста // Лингвистика речи. Медиастилистика: колл. монография, посвященная 80-летию профессора Г. Я. Солганика. – М.: Флинта: Наука, 2012. – С. 320–334
6. Пушкарева И. А. О лингвоаксиологическом исследовании регионального медиадискурса // Przegląd Wschodnioeuropejski. – 2018. – № 1. – С. 239–249.
7. Пушкарева И. А. Специфика регионального медиадискурса: лингвоаксиологический аспект // Медиалингвистика. – 2017. – № 3 (18) – С. 90–98.
8. Регушевская И. А. Тенденции развития языка крымских печатных СМИ на современном этапе // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – Т. 1 (67), № 2. – С. 100–110.
9. Сибиданов Б. Б. Параметры регионального медиадискурса: субъект, коммуникация, структура контекста // Текст. Книга. Книгоиздание. – 2020. – № 23. – С. 143–157.
10. Современный медиатекст: учебное пособие / отв. ред. Н. А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.
11. Ткач П. К вопросу о понятии медиатекста и его особенностях // Вестник науки и образования. – 2018. – № 8 (44). Т. 2 – С. 35–39.

References

1. Antonova L. G. *Mediateksty v sovremennoj massovoj kommunikacii* [Media texts in modern mass communication]. *Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin], 2011, no 2, vol. 1, pp. 275–278.
2. Dzhabrailova V. S., Fomicheva M. P. *Medijnyj diskurs kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovanija* [Media discourse as an object of linguistic research]. *Tendencii razvitija nauki i obrazovanija* [Tendencies of science and education development], 2019, no 46–3, pp. 56–61.
3. Dobrosklonskaja T. G. *Medialingvistika: sistemnyj podhod k izucheniju jazyka SMI (Sovremennaja anglijskaja mediarech')* [Media linguistics: the system approach to mass media language study (Modern English media speech)]. Moscow, Flinta: Nauka, 2008. 263 p.
4. Egorova L. G. *Vlijanie mediadiskursa na formirovanie regional'noj identichnosti* [Media discourse impact on the regional identity formation]. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki* [Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences], 2021, vol. 7 (73), no 1, pp. S. 165–173.
5. Kazak M. Ju. *Specifika sovremennogo mediateksta* [Modern media text features]. *Lingvistika rechi. Mediastilistika: koll. monografija, posvjashhennaja 80-letiju professora G. Ja. Solganika* [The Linguistics of Speech. Media linguistics: collective monograph, dedicated to professor G. Ja. Solganic 80th anniversary]. Moscow, Flinta: Nauka, 2012, pp. 320–334.
6. Pushkareva I. A. *O lingvoaksiologicheskom issledovanii regional'nogo mediadiskursa* [On linguoaxiological research of regional media discourse]. *Przegląd Wschodnioeuropejski* [East European Review], 2018, no 1, pp. 239–249.
7. Pushkareva I. A. *Specifika regional'nogo mediadiskursa: lingvoaksiologicheskij aspekt* [Specificity of the regional media discourse: the linguistic-axiological aspect]. *Medialingvistika* [Media Linguistics], 2017, no 3 (18), pp. 90–98.
8. Regushevskaja I. A. *Tendencii razvitija jazyka krymskih pechatnyh SMI na sovremennom jetape* [Tendencies of the Crimean print media language development at the present stage]. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki* [Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences], vol. 1 (67), no 2, pp. 100–110.
9. Sibidanov B. B. *Parametry regional'nogo mediadiskursa: sub'ekt, kommunikacija, struktura konteksta* [Parameters of regional media discourse: subject, communicative situation, context structure]. *Tekst. Kniga. Knigoizdanie* [Text. Book. Publishing], 2020, no 23, pp. 143–157.
10. *Sovremennyj mediatekst: uchebnoe posobie* [Modern media text: study guide]. managing editor. N. A. Kuz'mina. Omsk, 2011. 414 p.
11. Tkach P. *K voprosu o ponjatii mediateksta i ego osobennostjah* [On the question of understanding media-text and its specifics]. *Vestnik nauki i obrazovanija* [Journal of Science and Education], 2018, no 8 (44), vol. 2, pp. 35–39.

REGIONAL MEDIA TEXT: RAISING THE ISSUE

Zajcev E. R.

The article presents the features of the regional media text as part of the information space. The study points to the close relationship between the specifics of regional media texts and the phenomenon of regional identity. Real events covered in media texts are immersed in the social and cultural space, therefore, the interpretation of a regional media text requires an understanding of political, cultural and other subtexts that give the message additional meanings and determine the way information is encoded. Regionally marked ideologemes and cultural concepts that determine the social assessment of facts and events are significant in the texts of the regional media. The axiological component of the regional media discourse is also manifested in the key hypertheme of media texts that may be defined as the life of the region. Describing the information agenda formed by the Crimean regional media the author notes significant attention of the media to the hyper-theme of the region's development.

Keywords: media text, media discourse, regional media, information space.