

Филология: научные исследования

Правильная ссылка на статью:

Рогалева О.С. Региональный новостной медиадискурс: опыт коммуникативно-прагматического анализа текстовых цепей // Филология: научные исследования. 2024. № 5. DOI: 10.7256/2454-0749.2024.5.70666 EDN: BLGDDO URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=70666

Региональный новостной медиадискурс: опыт коммуникативно-прагматического анализа текстовых цепей

Рогалева Ольга Сергеевна

ORCID: 0000-0001-8141-6312

кандидат филологических наук

доцент, кафедра журналистики и медиалингвистики, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

644077, Россия, Омская область, г. Омск, ул. Мира, 55а, оф. 116



✉ olga_rogaleva78@mail.ru

[Статья из рубрики "Лингвистика"](#)

DOI:

10.7256/2454-0749.2024.5.70666

EDN:

BLGDDO

Дата направления статьи в редакцию:

06-05-2024

Аннотация: Предметом исследования служат особенности структуры новостного регионального дискурса – дискурса Омска и Омской области. Текстоцентрический подход позволил выделить в региональном новостном дискурсе структурную единицу, большую чем текст, – текстовую цепь. Архитектура регионального новостного медиадискурса рассматривается как совокупность дляющихся сообщений, или цепей текстов. Ряд хронологически упорядоченных событий укладывается в дискурсивные сюжеты, «дискурсивные фрагменты», объединенные семантически и функционально. При этом «в разработке каждого информационного сюжета важно проследить степень его развернутости: в этом проявится его дискурсогенность (способность порождать дискурс). В данных текстовых объединениях – цепях – отражается как специфика региональной повестки дня, так и коммуникативно-прагматические особенности новостного дискурса отдельного региона. Мониторинг региональных новостных

интернет-ресурсов позволил выявить информационные поводы, породившие цепи новостных текстов, репрезентированные в региональном медиадискурсе зимой 2023-2024 гг. Анализ регионального медиапространства предполагает опору на ряд методов дискурсивного и собственно лингвистического анализа. Методика анализа базируется на структурном подходе к анализу «дискретного текстового потока» и предполагает выделение в дискурсе фрагментов, «квантов» – больших, чем текст. Контент-анализ позволяет выделить дискурсообразующие сюжеты и эпизоды, персонажи регионального медиадискурса. Выделены дискурсообразующие сюжеты и эпизоды, репрезентированные в новостном дискурсе Омской области зимой 2024 г. На примере анализа двух дискурсивных сюжетов выявлено, что цепочки региональных новостных текстов выстраиваются вокруг информационных поводов, которые приобрели широкий общественный резонанс. В результате анализа эмпирического материала установлено, что к ядерному композиционному блоку новостных текстовых цепей в региональном медиадискурсе можно отнести действия и высказывания властей – губернатора и мэра. Они вписаны в журналистский нарратив как герои, действующие лица, персонажи. Текстовые цепочки могут отличаться по объему и интенсивности. Будучи незамкнутыми структурами, текстовые цепи могут быть пролонгированы за счет подборок комментариев читателей. Группировка текстов по источнику информации позволила увидеть степень вариативности в коммуникативно-прагматическом представлении события информационными агентствами.

Ключевые слова:

медиарегионалистика, региональный медиадискурс, новостной дискурс, повестка дня, новость, информационный повод, текстовая цепь, гипертекст новости, дискурсивный сюжет, дискурсогенность новости

Введение

Среди широкого разнообразия современных медиаисследований есть область, которая в последнее время постоянно приковывает интересы учёных, пополняется новыми представлениями и продолжает формировать собственный понятийно-терминологический аппарат, – это медиалингвистика. Одной из насущных задач медиалингвистики в период, когда происходят активные процессы регионализации СМИ, является разноспектное изучение региональной сегментации медийного пространства, систематизация и обобщение полученных результатов, а также обоснование методологического вектора такого рода исследований, каталогизация, типизация и разработка методик анализа поливариантной коммуникативной медиасреды. В связи со сказанным очевидно, что новая отрасль медиалингвистики – медиарегионалистика – не только имеет право на существование, но позволяет поставить чрезвычайно важные вопросы, связанные с функционированием региональных медиа, с содержательными, прагматистическими и жанровыми особенностями региональных СМИ, формирующих медиаобразы регионов и отражающих региональную идентичность.

Обзор литературы

Современными исследователями теории журналистики все активнее используются понятия медиапространства [\[1; 2 и др.\]](#) и регионального медиапространства.

Из всех возможных подходов к медиапространству наиболее востребованными среди

исследователей являются:

- территориальный подход («рыночный») – медиапространство характеризуется как медийный рынок или информационное пространство региона [\[1\]](#), пространство взаимодействия тех, кто участвует в производстве, распространении и потреблении массовой информации [\[2\]](#);
- текстоцентрический подход, когда медиапространство рассматривается как совокупность всех медийных текстов, дискурсивное пространство.

Одной из первых комплексных работ, посвященных изучению регионального медиапространства стала коллективная монография «Новгородское медиаполе: опыты лингвистических исследований», где реализован междисциплинарный подход к рынку региональных СМИ. Очевидно, что формальная гомогенность регионального медиадискурса обеспечивается в первую очередь территориальной общностью, поэтому обзор региональных СМИ, их характеристика, обозначение тенденций регионального медиарынка – в фокусе журналистских и лингвистических изысканий. Так, медийный рынок Великого Новгорода охарактеризован Т.Л. Каминской [\[3\]](#); Республики Мордовия – К.В. Дементьевой [\[4\]](#).

С другой стороны, как мы уже сказали, понятие регионального информационного пространства формируется на основе коммуникативного подхода к территории, который предполагает, что географическое пространство может быть рассмотрено как медийное, если в его политико-административных границах осуществляется активный информационный обмен, возникает «компактный сгусток социальных коммуникаций». Природно-географические и социально-экономические факторы в значительной мере влияют на разновекторность развития регионального медиапространства, определяют его особенности. Основной задачей системы региональных и муниципальных (городских, районных) СМИ остается организация информационных потоков в пределах региона и локалитетов [\[5\]](#).

Текстоцентрический подход позволяет говорить о региональном дискурсе СМИ, региональной картине мира: «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» [\[6, с. 620\]](#).

Вопросы определения базовой функции повестки дня в региональных медиа как навигации для аудитории обозначены О.А. Фокиной [\[7\]](#), которая ввела понятие «региональной повестки дня» в научный обиход и рассмотрела его компоненты. Также этот аспект отражен в работах А.А. Новак: «региональная повестка дня – это тематическое направление содержания СМИ, тематически связанное с жизнедеятельностью регионов и включающее совокупность текстов, различным образом фиксирующих связь с определенным регионом или регионами на территории страны» [\[8\]](#).

Есть ряд научных работ, в которых сформирован перечень топиков, составлена тематическая карта различных территориальных медиадискурсов. Например, тематические доминанты новгородского медиадискурса описаны в [\[9\]](#), Ставропольского края в [\[10\]](#), Республики Крым в [\[11\]](#), белорусских СМИ в [\[12\]](#). Новостной дискурс

социально-политической тематики в социальной сети «ВКонтакте» Томска и Новосибирска служит объектом изучения в [\[13\]](#).

По данным исследователей, на первом месте во всех региональных газетах находится политическая тематика (от 20% до 30% в разных изданиях), преимущественно деятельность наиболее важных акторов региона, в основном его властных органов [\[8, с. 17\]](#). Очевидно, что именно представители региональной власти участвуют в процессе коммуникации и образуют уникальное информационное поле.

Ядерной зоной регионального медиадискурса является новостной дискурс. Новостному дискурсу посвящено большое количество исследований. Вопросы типологии информационных поводов, жанровые и другие особенности оперативно-новостных текстов рассмотрены и описаны в теории журналистики и медиалингвистике достаточно подробно: [\[14\]](#),[\[15\]](#),[\[16\]](#),[\[17\]](#) и др.

Чаще всего учеными исследуется языковая и структурная специфика отдельных новостных текстов, жанровых форм [\[18; 19\]](#). По мнению Т.Г. Добросклонской, новостные материалы «обладают тщательно разработанной, в высшей степени организованной и чрезвычайно устойчивой структурой, что в сочетании с устойчивыми признаками на уровне языка позволяет рассматривать данные тексты в качестве глобально-клишированных текстов массовой информации» [\[20, с. 55\]](#).

В русле дискурсивного подхода принципиальным видится утверждение А.А. Негрышева о том, что текст медиановостей – это верbalная проекция фрагмента событийной действительности, возникающая под действием «сил дискурса». Другими словами, недискретный экстралингвистический материал преломляется в поток дискретных новостных текстов в ходе отбора, сортировки, расстановки акцентов, выбора средств выражения и других процессов, подчиняющихся институциональным и имманенто-речевым параметрам дискурса [\[21\]](#).

Однако сегодня понимание единичного текста становится невозможным без привлечения других текстов, а потоки информации образуют сложные структуры – гипертексты, сверхтексты. Изучение дискурса предполагает выделение в каждом из типов дискурса функционально неоднородных фрагментов. Возникающие в медиадискурсе «рассеянные» текстовые конфигурации привлекают внимание исследователей все больше.

Так, Л.Р. Дускаева, рассматривает гипертекст новости. Гипертекст новости, согласно Л.Р. Дускаевой, это условное наименование совокупности связанных общим информационным поводом сообщений в медиа разных каналов, типов, которые различаются по источнику и по времени поступления, но референциально «перекликаются». В отличие от линейного газетного текста, расширение гипертекста новости в интернете осуществляется в разных векторах, т.е. в разных источниках информации – СМИ. Такой многовекторно развивающийся гипертекст создается множеством медиа и их авторов, объединенных интересом к одному информационному поводу: событию, ситуации, факту, чужому высказыванию, персоне [\[22, с. 39\]](#).

Однако существуют и другие текстовые объединения. С понятием гипертекста новости так или иначе связаны понятия информационной волны, информационного эха [\[23\]](#), дискурсивной глубины текста [\[24\]](#). Информационные волны отражают динамику информационного пространства, их появление связано с отражением структуры повестки дня [\[23, с. 103\]](#). По мнению Т.В. Шмелевой, при анализе новостного дискурса важно

учитывать степень дискурсогенности новости: одни остаются одиничными текстами, другие порождают мощные дискурсы, присутствующие в медиаполе длительный срок [25, с. 159]. Целая серия материалов, ряд новостных сообщений, перетекающих одно в другое и продолжающихся друг друга, каждое из которых с собственным хедлайном и своей композицией, будем называть, вслед за О.Р. Лашук, цепью (или звеном) [26]. Установление двусторонних связей: «дляющееся событие» — «цепь сообщений» и «завершенное событие» — «единичное сообщение» (О.Р. Лашук), одиничный текст (Т.В. Шмелева) позволяет взглянуть на архитектонику новостного дискурса по-другому.

Таким образом, события, о которых сообщается в новостных интернет-материалах, целесообразно разделять на две большие группы. К первой относится завершенное событие, когда вся новостная информация уже имеется в Сети. Его можно отразить в одном, как правило – достаточно коротком материале. Ко второй – незавершенное, когда новостная информация продолжает поступать после первой публикации [26].

Архитектуру новостного медиадискурса, в том числе регионального, можно рассматривать как совокупность единичных и длящихся сообщений, или цепей текстов. Ряд хронологически упорядоченных событий укладывается в эпизоды, сюжеты, формируя картину события в целом. Цепочка новостных текстов – многоуровневое текстовое образование, когда отдельный текст одновременно является самостоятельной единицей и частью текстовой цепи; это «дискурсивный фрагмент», последовательность текстов, объединенных семантически и функционально.

Эмпирическая база и методы исследования

Рекламно-информационные порталы являются базовыми компонентами современного регионального медиапространства, формируя его ядро. В топе самых цитируемых СМИ Омской области (на ноябрь 2023), по данным Медиалогии (<https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/12673/>), оказались такие интернет-издания Омска и Омской области, как Om1.ru, Gorod55.ru, Ngs55.ru, ОмскРегион. Это универсальные информационные площадки, имеющие широкий тематический диапазон – от происшествий и политических событий до культурной жизни и спорта. Принадлежа общему типологическому профилю, концепции сайтов этих агентств достаточно близки. Их целевая аудитория – омичи, желающие получить оперативную и актуальную информацию о локальных событиях, происшествиях, персонах.

Исследование охватывает публикации четырёх информационных порталов за период ноябрь 2023 г. – февраль 2024 г. Мониторинг региональных новостных интернет-ресурсов позволил выявить информационные поводы, породившие цепи новостных текстов, презентированные в региональном медиадискурсе зимой 2023-2024 гг.

Анализ регионального медиапространства предполагает опору на ряд методов дискурсивного и собственно лингвистического анализа. Методика анализа базируется на структурном подходе к анализу «дискретного текстового потока» и предполагает выделение в дискурсе фрагментов, «квантов» – больших, чем текст. Контент-анализ позволяет выделить дискурсообразующие сюжеты и эпизоды, персонажи регионального медиадискурса. При этом «в разработке каждого информационного сюжета важно проследить степень его развернутости: в этом проявится его дискурсогенность (способность порождать дискурс). При рассмотрении сюжетов будет ясно, какие медиаинституции задают тон, ставят проблемы в региональном поле, а какие обеспечивают информационное эхо» [24, с. 161]. В данных текстовых объединениях –

цепях – отражается как специфика региональной повестки дня, так и коммуникативно-прагматические особенности новостного дискурса отдельного региона.

Результаты исследования

Проведенный контент-анализ позволил выделить общие для медиатекстов информационных агентств базовые новости, вокруг которых образуются цепи медиатекстов, формирующих новостной дискурс Омского региона в этот период: авария на ТЭЦ-5; участие Омска в выставке «Россия»; уборка Омска от снега; цветовое оформление общественного транспорта и др.

Рассмотрим примеры «дляющихся» новостей локального характера.

Намерение губернатора перекрасить общественный транспорт в городе и области в яркие цвета. Опорными смысловыми точками «дляющейся» новости стали:

1. Намерение губернатора, высказанное публично:

Хоценко планирует перекрасить весь общественный транспорт Омска. Губернатор уверен, что город следует сделать более ярким (Om1., 7.12.2023)

Хоценко рассказал, как в Омске раскрасят общественный транспорт (Город 55, 7.12.2023)

Виталий Хоценко рассказал о планах перекрасить общественный транспорт в Омске (ОмскРегион, 8.12.2023)

Дептранс: все омские **автобусы и троллейбусы станут цветными** за два года. Частным перевозчикам предложат менять вид машин за свой счет (NGS55, 26.01.2024 г.)

На данном этапе информация персонализирована. Основным субъектом является губернатор. Модальность ирреальная – желательная.

2. Некоторые подробности внешнего ребрендинга общественного транспорта:

Стало известно, **какие автобусы появятся** на улицах Омска. В Telegram-канале «Не мэр Омска» опубликовали фото, на котором запечатлен новый общественный транспорт (Город 55, 25.01.2023)

В Омске будут ездить **автобусы оранжевого цвета** (ОмскРегион, 25.01.2024)

В Омске **автобусы уже брендируют в оранжевый цвет** (ОмскРегион, 31.01.2024)

Ирреальная модальность заменяется на реальную в заголовках и текстах. Намерение губернатора становится фактом. Будущее время глаголов соотносится с анонсированием события.

3. Появление первого «цветного» троллейбуса:

«Совсем как огуречик». Новые **зеленые троллейбусы вышли на маршрут** в Омске (Город 55, 7.02.2023)

В Омске **появились зелёные троллейбусы**. В будущем весь общественный транспорт будет брендиран в разные цвета (Om1., 7.02.2024)

В Омске **на маршрут вышел первый троллейбус в зеленом цвете**. Машину марки «Адмирал» брендировали логотипом с названием города (NGS55, 7.02.2024)

Структура повествования агентивная: субъектом выступают троллейбусы.

4. Коммуникативные реакции жителей города:

«Как двери у мужа на гараже»: подборка комментариев омичей о новых зеленых троллейбусах (NGS55, 9.02.2024)

«Что других проблем нет?»: как прошло голосование за новый цвет троллейбусов. Многим больше нравится оформление транспорта от завода (NGS55, 12.02.2024).

Данная текстовая цепь – это разворачивающееся во времени событие, построенное по принципу сюжета, фабулы с завязкой, кульминацией и развязкой. Как видим, элементы события представлены в разных медиаисточниках практически одинаково. Обратим внимание на то, что коммуникативное реагирование (в виде запроса мнений адресатов) осуществляется только одно информационное агентство в региональном медиапространстве – NGS55, что говорит о наличии разных интенций в создании образа события у региональных СМИ. Информационные сообщения, репрезентирующие мнения горожан, направлены, во-первых, на пролонгацию дискурсивного сюжета, во-вторых, на эмоционально-оценочное «тонирование» дискурсивного сюжета, как правило негативное.

Рассмотрим еще один пример текстовых цепей. Зимой 2023-2024 года Омск столкнулся с проблемой уборки огромного количества снега с улиц – таков информационный повод, вокруг которого выстраивается цепь новостных медиатекстов.

1 . НГС55: Дорожные службы в Омске продолжают устранять последствия вчерашнего снегопада. Работы ведутся круглосуточно (NGS55, 1.11.2023); Дорожные службы города продолжат убирать снег круглосуточно. Днем на улицах Омска будут работать 300 единиц техники (NGS55, 2.11.2023); На Омск обрушился снегопад. Службы перевели в режим повышенной готовности. Ночью дорожники вышли на магистрали, чтобы очистить их (NGS55, 19.11.2023); **Власти Омска сделали пост для жалоб на нечищенные дороги. Чиновники не отрицают, что в городе с этим есть проблемы** (NGS55, 4.01.2024); В Омске на уборку снега отправят в четыре раза больше уголовников. К исправительным работам планируется привлечь до 100 человек (NGS55, 5.01.2024); **Хоценко приказал дорожникам** искать в соцсетях жалобы на нечищенные улицы. Давайте составим свой список (NGS55, 16.01.2024 г.); Куда пожаловаться на неубранный снег? Ответил губернатор. Для этого опубликован специальный пост (NGS55, 16.01.2024 г.); **Хоценко поехал в рейд** по нечищенным дорогам в новом пуховике. Мы нашли похожий на Ozon. Этот наряд, судя по всему, дешевле, чем предыдущий образ главы региона (NGS55, 17.01.2024 г.); **В Омске заработала горячая линия** по уборке снега. Звонки от омичей будут приниматься круглосуточно (NGS55, 17.01.2024); «Хуже всего дела обстоят в Советском округе»: **Хоценко посмотрел** на неубранные дороги в городе. Он обехал три округа с проверкой (NGS55, 17.01.2024); **В Омске уволилась ответственная за состояние дорог** Галина Зурнаджан. Она руководила УДХБ на протяжении двух лет (12.02.2024);

2 . Ом1: Сергей Шелест и Виталий Хоценко показали эффективную работу в tandemе. По поручению губернатора мэр лично проверил качество уборки дорог в городе и принял решения, которые помогут улучшить эту работу (Ом1., 4.12.2023); В Омске увеличили зарплату сотрудникам, очищающим улицы от снега. Их доход стал больше на 15% (27.01.2024); **Мэр Омска отправил главного зама разбираться со снегом.** На борьбу со стихией брошено 200 рабочих и более сотни машин (27.01.2024); **Мэр Омска Сергей Шелест помог дворнику** с уборкой снега. Глава города рассказал,

что живёт в частном доме и прекрасно знает, что такое поработать ледорубом и лопатой (28.01.2024); Виталий Хоценко и Сергей Шелест **повысили зарплаты омским дорожникам** (Омск., 29.01.2024 г.); В феврале омские межквартальные проезды **начнут чистить дополнительной техникой**. На омские дороги для вывоза снега также выйдут **дополнительные самосвалы** (29.01.2024); В предстоящий снегопад очистку омских дорог **проведут в особом режиме**. Содержание дорог **остаётся на особом контроле** (1.02.2024); **Прокуратура вынесла больше 120 представлений** о некачественной уборке снега в Омске. Все нарушения активно устраняются (2.02.2024); Грейдер, погрузчик и самосвалы: в Омске **показали, как убирают дороги после снегопада**. Для уборки **привлекают комплексные звенья техники** (5.02.2024); Ночью в Омске **уберут от снега 215 дорог**. На дороги выйдет **162 единицы** техники (7.02.2024); Заместитель генпрокурора РФ Дмитрий Демешин провёл в Омске личный приём граждан. Среди вопросов, с которыми к нему обратились омичи, – уборка снега с дорог, водоснабжение, переселение из ветхого и аварийного жилья, а также помочь инвалидам (7.02.2024); Омские УК и предприниматели могут заплатить до 20 тысяч рублей **за неубранный снег** (8.02.2024); Омичам рассказали, с каких улиц за выходные вывезут снег. **Внимание уделят междворовым и межквартальным проездам** (10.02.2024); **Директор УДХБ Галина Зурнаджан покинула свой пост**. Она проработала в ведомстве два года (12.02.2024); Технику с реконструкции бульвара Архитекторов **направили на уборку дворов**. Подрядчик хочет компенсировать омичам неудобства, возникшие из-за ремонта улицы (13.02.2024); В Омске **перестроили схему уборки дорог от снега**. А к уборке межквартальных проездов привлекают подрядчиков (13.02.2024).

3. Город55: Снег превратился в лед. В Омске **занялись круглосуточной борьбой с выпавшими осадками**. Рабочие убирают наледь и собирают снег, чтобы освободить дороги и не усугублять ситуацию перед новыми осадками (24.11.2023); Не хватает 350 водителей и рабочих. В Омске **некому очищать улицы и дороги от снега** (25.11.2023); «Лжефакты и бездействие». **Омичи рассказали о реальной ситуации с уборкой улиц города** (9.01.2024); Не справляются. **Мэрия Омска потратит 25 млн** на технику и подрядчиков для уборки снега (10.01.2024); «Работы очень много». Для уборки снега в Омске будут использовать спецтехнику области (16.01.2024); **Хоценко поручил** Фомину проследить за уборкой снега в Омске после многочисленных жалоб (16.01.2024); Шелест **продолжил наблюдение за уборкой улиц**, на которые чаще всего жалуются омичи (18.01.2024); **Город завален снегом**. Какие проблемы мешают омскому УДХБ убирать улицы (17.01.2024); **Сергей Шелест рассказал**, как протекает уборка омских улиц после сильного снегопада (26.01.2024); Ночью на дороги Омска вышли **60 единиц техники** для борьбы со снегом. В первую очередь **дорожники очистили основные магистрали** (27.01.2024); «Знаю, что такое поработать лопатой». **Мэр Омска рассказал об уборке снега** в городе (28.01.2024); По поручению губернатора и мэра **дорожники вывели на уборку Омска максимум техники** (14.02.2024); Рекордно снежная зима. Как в Омске ежедневно откальывают улицы и дворы от снега (16.02.2024).

Информационными поводами, вокруг которых выстраиваются цепочки региональных новостных текстов, становятся те, которые приобретают широкий общественный резонанс. Региональный массово-информационный дискурс строится как совокупность текстовых цепей.

Тексты в цепи характеризуются самостоятельностью и относительной структурной независимостью друг от друга. В то же время текстовые цепи обладают свойствами когезии и когерентности. Когезия (когерентность) обеспечивается общностью имен и

предикатов: и в том, и в другом примере можно выделить повторяющиеся имена и глаголы. В рамках текстовой новости цепи формируется специфический локальный словарь.

Как видим, в корпусе исследованных медиатекстов преобладают персоны власти, наблюдается повышенное внимание к деятельности губернатора и мэра. К ядерному композиционному блоку новостных текстовых цепей в региональном медиадискурсе можно отнести действия и высказывания властей – губернатора и мэра. Они встроены в новостную цепь при помощи глаголов говорения: *распорядился, дал поручение, приказал, поручил, поставил задачу* и др. За счет транслирования информации о решении социально-экономических проблем региона создается образ эффективного управленаца.

Сгруппировав тексты по источнику информации, можно увидеть разницу в представлении события информационными агентствами: Город55 наиболее категоричен в репрезентации дискурсивного сюжета, вынося в сильные позиции текста компоненты *не справляются, не хватает водителей и рабочих* и т.д.

Выводы

Цепочка новостных текстов – нарративная структура, представляющая собой скомбинированную цепочку событий, происходящих в определенном пространственно-временном контексте. Губернатор и мэр вписаны в журналистский нарратив как герои, действующие лица, персонажи.

Наличие того или иного текстового компонента в цепи может быть обусловлено как спецификой самого события – растянутого во времени, так и авторской/редакционной интенцией. Специфика события детерминирует обязательные текстовые элементы, авторская/редакционная интенция на пролонгацию дискурсивного сюжета – факультативные элементы в виде подборки комментариев читателей. Таким образом, текстовые цепи являются незамкнутыми структурами.

Текстовые цепочки могут отличаться: а) по объему и интенсивности: гипертекст «цветовое оформление общественного транспорта» существенно меньше, чем второй гипертекст; б) по степени детализации и наличию тематических ответвлений. Масштабирование новостного потока осуществляется за счет создания новостных сообщений фатического характера, искусственно поддерживающих интерес к данной теме, и новостных сообщений развлекательного характера – например, о пуховике губернатора, в котором он проверял уборку улиц от снега.

Вариативность репрезентации события в разных СМИ обнаруживается в плотности и интенсивности репрезентации того или иного дискурсивного сюжета, а главное – в актуализации тональности сообщений, оценочности, наконец, в особенностях интерпретации СМИ фактов действительности, что влияет на формирование картины мира адресата – жителя Омска и Омской области.

Библиография

1. Ним Е.Г. Медиапространство: основные направления исследований // Бизнес. Общество. Власть. 2013. № 14. С. 31-41.
2. Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Функциональная и проблемно-тематическая модели городской газеты (по итогам опроса редакторов и журналистов малых и средних городов РФ) // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2014. № 5.

3. Новгородское медиаполе: опыты лингвистических исследований: коллективная монография / под ред. Т.В. Шмелевой. Великий Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого, каф. журн., 2015. 223 с.
4. Каминская Т.Л. Региональное медиаполе: векторы развития // Вестник Новгородского государственного университета. 2013. № 73. Т. 1. С. 20-23.
5. Дементьева К.В. Специфика функционирования региональных СМИ в современных коммуникативных условиях (на примере медиа Республики Мордовии) // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2021. Т. 13, вып.3. С. 118-128. doi:10.17072/2073-6681-2021-3-118-128.
6. Ливанова М.В. Региональные «газеты власти» в медиапространстве // Бизнес. Общество. Власть. 2013. № 14. С. 42-49.
7. Егорова Л.Г. Специфика современного регионального дискурса СМИ (на примере печатной прессы Республики Крым) // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. № 4. С. 615-628. doi: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).615-628
8. Фокина О.А. Региональная повестка дня в общероссийских печатных СМИ: дис. ... канд. филолог. наук. Москва, 2013. 250 с.
9. Новак А.А. Повестка дня в государственных и частных изданиях городов-миллионников // Медиаскоп. 2018. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2424>.
10. Петрова С.С. Тематические доминанты регионального медиаполя // Вестник Новгородского государственного университета 2013. № 73. Т. 1. С. 31-33.
11. Парушкина В.Б. Информационная повестка дня современных общественно-политических газетных изданий Ставропольского края // Наука. Инновации. Технологии. 2010. № 68. С. 122-128.
12. Красовская Е.В. Тематические доминанты белорусских СМИ: пандемия коронавируса и политические протесты // Региональная журналистика в новой коммуникационной среде: уроки пандемии COVID-19: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Екатеринбург, 19–20 апреля 2021 г.). Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2021. С. 130-132.
13. Горчакова О.Ю., Ларионова А.В., Александрова Ю.К., Петров Е.Ю. Особенности новостного дискурса социально-политической тематики на примере региональных новостных пабликов в социальной сети «ВКонтакте» // Филология: научные исследования. 2021. № 3. С. 1-17. DOI: 10.7256/2454-0749.2021.3.35234 URL: https://e-notabene.ru/fmag/article_35234.html
14. Dijk van T. A. News as Discourse. Hillsdale: Erlbaum, 1988. 200 с.
15. Bednarek M., Caple H. News Discourse. London: Continuum International Publishing Group, 2012. 288 с.
16. Добросклонская Т.Г. Новостной дискурс как объект медиалингвистического анализа // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования; актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом. II Международная научно-практическая конференция и II Международный научный семинар: сборник научных работ. Под редакцией Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. Белгород: ИД «Белгород», 2016. С. 13-22.
17. Колесниченко А.В. Критерии отбора новостей в современных российских СМИ // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2018. № 3. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2467>. DOI: 10.30547/mediascope.3.2018.5 (дата обращения 16.06.2023).
18. Ремчукова Е.Н., Апостолиди А.А. Малоформатные медиатексты "новостного потока" в фокусе лингвистики: жанровые и языковые особенности // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. № 3. С. 651-668.
19. Воронцова Т.А., Ковальчукова М.А. Образ события в новостном Интернет-дискурсе //

- Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». 2015. № 3. С. 102-108.
20. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. 2020. 180 с.
21. Негрышев А.А. Достоверность новостного медиатекста: опыт макроструктурного анализа // Медиалингвистика. 2021. № 8 (1). С. 4-22. DOI: 10.21638/spbu22.2021.101
22. Дускаева Л.Р. Лингвистическая архитектура гипертекста новости // Славянский мир и национальная речевая культура в современной коммуникации: сб. науч. тр. Гродно: ГрГУ, 2018. С. 49-53.
23. Болотнов А.В. Информационные волны и их типы в современном медиадискурсе: к постановке проблемы // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2015. № 6 (159). С. 102-106.
24. Басовская Е.Н. Дискурсивная глубина как типологический признак медиатекста // Дискурс-Пи. 2020. № 1 (38). С. 21-33. doi: 10.24411/1817-9568-2020-10102
25. Шмелева Т.В. Дискурс и исследовательский инструментарий медиалингвистики // Научные ведомости. Серия «Гуманитарные науки». 2012. № 18 (137). Вып. 15. С. 157-163.
26. Лашук О.Р. «Цепной» метод освещения дляющихся событий в новостных материалах агентства LENTA.RU // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2013. № 6.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В целом тематический ценз рецензируемой работы актуален и нов, автор обращает внимание на анализ медиадискурса в точечной раскладке проблемы. Считаю, что подобный вектор интересен, он дает возможность оценить фрактал указанных позиций, позиционно проанализировать прагматику текстовых цепей. Работа достаточно грамотна, структура выверена: автор отмечает, что «среди широкого разнообразия современных медиаисследований есть область, которая в последнее время постоянно приковывает интересы учёных, пополняется новыми представлениями и продолжает формировать собственный понятийно-терминологический аппарат, – это медиалингвистика. Одной из насущных задач медиалингвистики в период, когда происходят активные процессы регионализации СМИ, является разноспектное изучение региональной сегментации медийного пространства, систематизация и обобщение полученных результатов, а также обоснование методологического вектора такого рода исследований, каталогизация, типизация и разработка методик анализа поливариантной коммуникативной медиасреды». Обзорный блок критической литературы достаточен, вариант, который избирает автор, правомерен. Даётся и аналитическая оценка имеющихся источников, причем она критически вариативна: например, «Одной из первых комплексных работ, посвященных изучению регионального медиапространства стала коллективная монография «Новгородское медиаполе: опыты лингвистических исследований», где реализован междисциплинарный подход к рынку региональных СМИ. Очевидно, что формальная гомогенность регионального медиадискурса обеспечивается в первую очередь территориальной общностью, поэтому обзор региональных СМИ, их характеристика, обозначение тенденций регионального медиарынка – в фокусе журналистских и лингвистических изысканий. Так, медийный рынок Великого Новгорода охарактеризован Т.Л. Каминской [3]; Республики Мордовия – К.В. Дементьевой...» и т.д. Ссылки и цитации даны в режиме норматива, серьезная правка излишня. Считаю, что

введенная в тело текста статистика также уместна, правомерна: например, «По данным исследователей, на первом месте во всех региональных газетах находится политическая тематика (от 20% до 30% в разных изданиях), преимущественно деятельность наиболее важных акторов региона, в основном его властных органов [8, с. 17]. Очевидно, что именно представители региональной власти участвуют в процессе коммуникации и образуют уникальное информационное поле. Ядерной зоной регионального медиадискурса является новостной дискурс. Новостному дискурсу посвящено большое количество исследований. Вопросы типологии информационных поводов, жанровые и другие особенности оперативно-новостных текстов рассмотрены и описаны в теории журналистики и медиалингвистике достаточно подробно: [14],[15],[16],[17] и др.» и т.д. Тема по большому счету решается полновесно, цель достигается ступенчато. Промежуточные выводы уместны и оправданы: «Таким образом, события, о которых сообщается в новостных интернет-материалах, целесообразно разделять на две большие группы. К первой относится завершенное событие, когда вся новостная информация уже имеется в Сети. Его можно отразить в одном, как правило – достаточно коротком материале. Ко второй – незавершенное, когда новостная информация продолжает поступать после первой публикации...». Так называемый иллюстративный фон достаточен, аргументацию убедительна и объективна: «1. Намерение губернатора, высказанное публично: Хоценко планирует перекрасить весь общественный транспорт Омска. Губернатор уверен, что город следует сделать более ярким (Ом1., 7.12.2023). Хоценко рассказал, как в Омске раскрасят общественный транспорт (Город 55, 7.12.2023). Виталий Хоценко рассказал о планах перекрасить общественный транспорт в Омске (ОмскРегион, 8.12.2023). Дептранс: все омские автобусы и троллейбусы станут цветными за два года. Частным перевозчикам предложат менять вид машин за свой счет (NGS55, 26.01.2024 г.). На данном этапе информация персонализована. Основным субъектом является губернатор. Модальность иреальная – желательная». Вектор аналитики выдержан на протяжении всего сочинения: например, «тексты в цепи характеризуются самостоятельностью и относительной структурной независимостью друг от друга. В то же время текстовые цепи обладают свойствами когезии и когерентности. Когезия (когерентность) обеспечивается общностью имен и предикатов: и в том, и в другом примере можно выделить повторяющиеся имена и глаголы. В рамках текстовой новости цепи формируется специфический локальный словарь...» и т.д. Выводы целесообразны, полновесны, значимы: «Текстовые цепочки могут отличаться: а) по объему и интенсивности: гипертекст «цветовое оформление общественного транспорта» существенно меньше, чем второй гипертекст; б) по степени детализации и наличию тематических ответвлений. Масштабирование новостного потока осуществляется за счет создания новостных сообщений фатического характера, искусственно поддерживающих интерес к данной теме, и новостных сообщений развлекательного характера – например, о пуховике губернатора, в котором он проверял уборку улиц от снега». Материал нов, методологически верен, серьезных фактических нарушений не выявлено. Думаю, что целесообразно унифицировать список литературы, формальный ценз несколько условен. Таким образом, цель данного исследования достигнута, поставленные задачи решены. Реценziруемая статья «Региональный новостной медиадискурс: опыт коммуникативно-прагматического анализа текстовых цепей» может быть рекомендована к открытой публикации в журнале «Филология: научные исследования».