

Филология: научные исследования

Правильная ссылка на статью:

Варфоломеева Ю.Н., Харанутова Е.И. Способы речевого воздействия в новостном дискурсе регионального сетевого издания «Ариг Ус online» // Филология: научные исследования. 2025. № 12. DOI: 10.7256/2454-0749.2025.12.76954 EDN: WUGXTG URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=76954

Способы речевого воздействия в новостном дискурсе регионального сетевого издания «Ариг Ус online»

Варфоломеева Юлия Николаевна

ORCID: 0000-0003-2914-5804

доктор филологических наук

доцент, кафедра Медиакоммуникации; Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления

670013, Россия, респ. Бурятия, г. Улан-Удэ, Октябрьский р-н, ул. Ключевская, д. 40В



✉ yulvar83@mail.ru

Харанутова Екатерина Иннокентьевна

ORCID: 0000-0002-6393-0702

кандидат философских наук

доцент, кафедра медиакоммуникаций; Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления

670013, Россия, республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Ключевская, 40В, стр. 1



✉ kharanutova@inbox.ru

[Статья из рубрики "Дискурс"](#)

DOI:

10.7256/2454-0749.2025.12.76954

EDN:

WUGXTG

Дата направления статьи в редакцию:

26-11-2025

Аннотация: Объектом работы выступает новостной дискурс регионального сетевого издания «Ариг Ус online». Предметом работы являются способы речевого воздействия в новостных текстах. Эмпирическую базу исследования составляют новостные материалы сетевого издания «Ариг Ус online» за март 2022 года – период повышенного роста числа

его посетителей (в сумме проанализировано более 500 новостных текстов). Внимание уделяется понятиям дискурса, медиадискурса, новостного дискурса, сетевого издания. Новостные материалы исследованы в аспекте жанрового деления на новостные заметки, информационные отчеты, интервью и репортажи. Для привлечения внимания читателей к текстовой составляющей новостного дискурса применяются различные способы речевого воздействия, которые могут быть сгруппированы по принципу отнесенности к тому или иному языковому уровню: фонетическому, лексическому, грамматическому и художественной образности. В работе применены структурно-описательный метод, предполагающий лингвистическое наблюдение, анализ, классификацию средств речевого воздействия, а также приемы контент-анализа, включающего в себя изучение тематики публикаций, категоризацию данных по используемым способам речевого воздействия и анализ количественных показателей. Новизна работы состоит в анализе новостного контента регионального сетевого издания «Ариг Ус online» – интернет-платформы, созданной телерадиокомпанией «Ариг Ус» и зарегистрированной в Управлении Роскомнадзора по контролю за связью, информационными технологиями и массовыми коммуникациями в Республике Бурятия, чего ранее не предпринималось. В ходе анализа сетевому изданию дана характеристика, в которой особое внимание уделено новостным материалам: заметкам, информационным отчетам, новостным интервью и репортажам, в которых выявлены разные способы речевого воздействия. Одним из выводов служит констатация того, что в трети новостных текстов журналисты используют различные способы речевого воздействия (в заголовках и основном тексте). Наиболее частотными средствами выступают лексические (фразеологизмы, стилистические контрасты и коннотативные единицы и др.) и образные (метафоры, бессоюзия, риторические восклицания, эпитеты и др.). Исследование позволяет сделать вывод о том, что наиболее часто средства речевого воздействия используются в жанре новостной заметки. Контент-анализ материалов свидетельствует о востребованности разных способов речевого воздействия в текстах с темами «происшествие» и «здравье».

Ключевые слова:

дискурс, медиадискурс, новостной дискурс, воздействие, речевое воздействие, сетевое издание, контент-анализ, фразеологизм, метафора, средства массовой информации

Введение.

В современной науке наблюдается все возрастающий интерес исследователей к вопросам анализа дискурса (Е.С. Кубрякова [10], В.А. Плунгян [15], А.А. Кибрик [8] и др.). Основоположником изучения дискурса считают Т. Ван Дейка, предложившего сложное определение дискурса как особенного коммуникативного события [2]. Одно из хрестоматийных определений понятия дано Н.Д. Арутюновой [1] и др. Согласно Н. Д. Арутюновой, дискурс представляет собой «связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, текст, взятый в понятийном аспекте», это «речь, погруженная в жизнь» [1, с. 136-137].

По мнению О.А. Пантиной, в исследовании дискурса выделяются два основных направления. Одно из них – когнитивный подход, который предполагает изучение связи дискурса с когнитивными функциями и процессами. Второе направление, названное О.А.

Пантиной, – динамическое, связано с анализом процессов создания текста и его восприятия [14]. В настоящей работе при анализе дискурса реализован второй подход, позволяющий выявить особенности формирования текстов с помощью различных способов речевого воздействия.

Ученые выделяют разные типы дискурсов, в числе которых можно выделить медиадискурс (Т. Г. Добросклонская [3], Е.А. Кожемякин [9], И.А. Стернин [18], Н.Н. Оломская [13] и др.). Е.А. Кожемякин предлагает трактовать понятие медиадискурса как «тематически сфокусированную, социокультурно обусловленную речемыслительную деятельность в масс-медийном пространстве» [9, с. 18]. Медиадискурс обладает рядом функционально-прагматических целей и характеристик. Согласно Е.А. Кожемякину, среди них можно выделить описание действительности и ее интерпретацию, воздействие на сознание, оценку действительности, прогнозирование развития событий и тому подобное. Ученый анализирует разные типы медиадискурса, включая новостной, рекламный, промоционный (PR) дискурсы, а также информационный, аналитический, публицистический [9].

Объектом настоящей статьи выступает новостной медиадискурс, изучению которого посвятили свои работы такие исследователи, как Т.Г. Добросклонская [3], М.Р. Желтухина [5], О.А. Пантина [14], А.А. Негрышев [12] и др. Новостной дискурс обладает определенными характеристиками, такими как актуальность информации, значимость описываемых событий, близость к получателю информации, принадлежность к медиатопику и форматные особенности, последние предполагают единую суперструктуру, которая помогает информативно организовать новостной текст [11, 12].

Исследование жанровой специфики новостных текстов является важным аспектом изучения новостного дискурса. Е.В. Евдокименко и А.А. Мосян отмечают, что информационные жанры включают определенный набор информационных потоков, предоставляя аудитории возможность регулярно быть в курсе самых значимых событий. Жанры новостных текстов должны соответствовать требованиям фактической точности, ясности и краткости, должны быть лишены излишних деталей, которые могут отвлечь читателя от основной темы. Среди основных новостных жанров Е.В. Евдокименко и А.А. Мосян выделяют новостные заметки (сжатые тексты, в которых содержится один конкретный факт), информационные отчеты (содержат результаты обсуждения проблем на семинарах, собраниях, конференциях и т.п.), новостные интервью (информация получается от конкретного лица в связи с соответствующим событием), новостные репортажи (наблюдения с места событий) [4].

Одним из популярных среди россиян источников новостной информации выступают на сегодняшний день сетевые издания, за последние 15 лет их пользовательская база существенно выросла [16]. В настоящее время у аудитории есть уникальная возможность получать новости по своим интересам, обращаться к потоку информации онлайн и взаимодействовать с ним в режиме реального времени. Для привлечения внимания в новостном дискурсе используют интерактивные технологии, гипертекстуальность, мультимедийные средства [11]. Согласно исследованиям Т.Г. Добросклонской, новостные сообщения обладают высокой степенью идеологической модальности, что позволяет предположить использование разных способов воздействия на аудиторию [3, с. 17].

Обсуждение и результаты.

Предметом настоящего исследования выступают новостные тексты регионального сетевого издания. «Ариг Ус онлайн» – интернет-платформы, созданной телерадиокомпанией «Ариг Ус» в 2005 году. Важно отметить, что с 14 апреля 2017 года она получила регистрацию в Управлении Роскомнадзора по контролю за связью, информационными технологиями и массовыми коммуникациями в Республике Бурятия.

Онлайн-издание «Ариг Ус online» имеет доменное имя arigus.tv. Согласно данным LiveInternet, сетевое издание занимает лидирующую позицию по месячной посещаемости среди медиа в городе Улан-Удэ, Республика Бурятия. Один из периодов наиболее активного роста посетителей приходится на март 2022 г., что объясняется изменением обстановки в стране. Месячный отчет о посещаемости сайта показывает, что в марте 2022 года было зарегистрировано 3,215,063 просмотров страниц, а общее число посетителей достигло 641,284. Среди них 53,0% составляют мужчины, а 47,0% – женщины [\[16\]](#). Наибольшее число посетителей приходится на возрастную категорию от 25 до 34 лет (29,8%), за которой следуют посетители в возрасте от 35 до 44 лет (20,3%) и от 18 до 24 лет (24,6%). Также было замечено, что 21,4% посетителей старше 44 лет и 3,9% – младше 18 лет. Большинство пользователей сайта (87,5%) находятся в России, наиболее популярный регион читателей – Новосибирск (18,6%).

Сетевое издание «Ариг Ус online» выделяется своей уникальной цветовой палитрой, включающей фирменные цвета компании: белый, синий и голубой. Логотип «Ариг Ус» с хэштегом #главный размещается в верхнем левом углу страницы. Ниже логотипа расположены основные разделы сайта, включая новости, видео, программы, афишу и др. Сайт предоставляет возможность просмотра прямой трансляции телеканала «Ариг Ус 24» вместе с программой передач в одном окне. Во время транслируемых программ в верхнем левом углу отображается фирменная плашка «ARIGUS HD». Функция поиска позволяет пользователям находить новости и телевизионные выпуски как по запросу, так и по датам публикации. Под основными разделами сайта находится строка, которая сообщает о том, какие программы в данный момент идут в эфире на одном из двух телеканалов («Ариг Ус» и «Ариг Ус 24»), между которыми можно выбирать. На другой стороне строки расположена ссылка «Вся программа», которая открывает полную недельную телепрограмму для двух телеканалов.

В нижней части страницы сайта «Ариг Ус online» размещена необходимая юридическая информация, включающая дату запуска сайта, полное название издания с возрастным ограничением (18+), регистрационные данные о средстве массовой информации, учредителе, главном редакторе, контактные телефоны и адреса электронной почты редакции. Главная страница «Ариг Ус online» содержит блок с пятью главными темами дня, а также блоки «Новые выпуски» с пятью актуальными записями телепрограмм.

Новостная информация публикуется в разделе «Новости». На верхней части страницы встречаются популярные теги, а ниже представлен список рубрик. На сайте «Ариг Ус online» имеется 14 рубрик: «Политика», «Экономика», «Образование», «Бизнес», «Происшествия», «Авто», «Здоровье», «Культура», «Общество», «Город», «HiTech», «Экология», «Спорт» и «Народные новости». Все опубликованные материалы разделены на три блока: «Популярное», «Свежие новости» и «Народные новости». В блоке «Свежие новости» представлено 40 новостных текстов. Каждая публикация снабжена счетчиком просмотров и возможностью комментирования для зарегистрированных пользователей. Кроме того, читатели могут поделиться контентом в социальных сетях. В правой части страницы расположены новые видеоролики, ссылка на архив новостей, авторские колонки и список последних комментариев на сайте.

Отталкиваясь от мысли о том, что воздействие на массового адресата является неотъемлемой частью новостного дискурса, рассмотрим работы ученых в данной области.

Одной из значимых работ, посвященных речевому воздействию, является книга К.Ф. Седова [\[17\]](#). В ней автор исследует дискурс как пространство для взаимодействия. Он основывается на концепции, предложенной Т.Г. Винокуром и развитой В.В. Дементьевым, согласно которой все формы дискурса располагаются между двумя полюсами: информатикой и фатикой. Информатика направлена на передачу новой информации, а фатика представляет собой коммуникацию ради самой коммуникации, позволяющую говорящему чувствовать свою причастность к обществу. К.Ф. Седов дополняет эту концепцию третьим аспектом – воздействием, отмечая, что помимо передачи информации и идентификации себя как части социума, говорящий влияет на слушателя и в разной степени изменяет его представление о мире [\[17\]](#).

Одной из разработанных и четких концепций, систематизирующих способы речевого воздействия в медиадискурсе, выступает работа О.С. Иссерс [\[6, 7\]](#). Ученый, исследуя феномен речевого воздействия, приходит к выводу о том, что в этом процессе используется практически весь арсенал языковых средств: на фонетическом, лексическом, грамматическом уровнях, а также с помощью выразительных средств языка.

Фонетические способы воздействия речи включают в себя орфоэпические нормы, акцент, интонацию, прием рифмованного эха, игру на звучаниях, рифмах и ритме. На лексическом уровне воздействие происходит за счет коннотативных речевых конструкций, которые формируют и группируются вокруг обобщенных символов Добра и Зла, идеологически нагруженной лексики, фразеологии, приемов стилистического контраста и др. На грамматическом уровне воздействие осуществляется за счет актуализации грамматических единиц языка (актуализация категорий залога, переходности, времени, инверсии, парцелляции, номинализации, тема-рематического членения и др.) и словообразовательной игры. На уровне выразительных средств языка воздействие речи осуществляется с помощью различных тропов (эпитеты, метафоры, метонимии, олицетворения и др.), реализуемых с разной интенсивностью, размахом и детализированностью [\[6\]](#).

В ходе контент-анализа и исследования способов речевого воздействия в более 500 новостных текстов сетевого издания «Ариг Ус online» за март 2022 год – период повышенного роста числа его посетителей (по данным LiveInternet) – было обнаружено, что в 32% от общего числа текстов журналисты используют различные способы речевого воздействия. Из 179 примеров использования способов речевого воздействия 20,1% (36) приходится на заголовки и 79,9% (143) на основную часть.

Рассмотрим в качестве примера следующий новостной текст.

Заголовок: *В Улан-Удэ инспекторы ГИБДД остановили автоледи с липовыми правами. Она «завалила» экзамен и купила права за 20 тысяч.*

Жанр: новостная заметка. Тема: происшествия. В данном тексте использованы лексические средства воздействия: коннотативные речевые конструкции и стилистически маркированные (разговорные) единицы (липовые права и завалила). Заметка проникнута иронией, что подчеркивается выбором таких слов, как автоледи, липовые права и завалила, что помогает усилить воздействие на читателя. Далее в тексте заметки встречается повтор: Утром 24 марта в Сотниково сотрудникам ГИБДД попался

ещё один водитель с **липовыми правами**.

Использованные способы речевого воздействия позволили создать негативное отношение к покупке документов и сформировать отрицательную тональность публикации.

Следующий текст содержит в своем составе другие средства речевого воздействия.

Заголовок: *Въезд в леса Улан-Удэ ограничат 60 шлагбаумами. Совсем скоро леса начнут патрулировать мобильные группы.* Жанр: заметка. Тема: экология. В анализируемом тексте отмечены профессионализмы:

*В 2021 году в городе проложили более 300 км **минерализованных полос**, в 2022 их планируют устроить в таком же количестве. Минерализованные полосы создаются вокруг населённых пунктов и социально-значимых объектов для того, чтобы задержать распространение **низовых пожаров**, отметили в мэрии.*

Используемые профессионализмы создают эффект погружения в текст, свидетельствуют о компетентности журналиста, тем самым вызывают доверие у читателя.

В целом, на средства лексического уровня приходится 79% (114) от общего числа действующих единиц. Самыми частотными способами на этом уровне стали фразеологизмы (*крик о помощи, взять себя в руки, выбивать из колеи, поставить на ноги, зайди в тупик* и др.), их число составило 49% и стилистические контрасты (профессионализмы и научные термины: *минерализованные полосы, низовые пожары, парвовирусный энтерит* и др.; разговорные: *управляшка, наличка, коммуналка, нету* и др.; сленговые: *тачек, спалила, накрылся* и др. – 40%), отмечены коннотативные речевые конструкции (*молодцы, горе-инвесторы* – 4%), идеологически нагруженная лексика (*герои, негодяи* – 4%), неологизмы (*штамм «омикрон», скоринг* – 2%), антонимы (*зима холодная, зима теплая, возрастает, снижается* и др. – 1%).

На уровне художественной образности выявлено 65 способов (20%), из них самыми частотными способами оказались метафоры (*снежный плен, выходные на полный газ, шапки снега* и др. – 45%);

бессоюзия (*Спасатели эвакуировали двоих мужчин, переодели, отогрели, доставили в Нижнеангарск. До 31 марта этого года включительно приостановлено проведение досуговых, развлекательных, зрелищных, культурных, физкультурных, спортивных, выставочных, просветительских, рекламных, публичных, массовых мероприятий. Полеты временно ограничены в аэропорты: Анапа, Белгород, Брянск, Воронеж, Геленджик, Краснодар, Курск, Липецк, Ростов-на-Дону, Симферополь, Элиста*», – говорится в сообщении и др. – 18%);

риторические восклицания (*Будьте аккуратны на дороге! Она может быть максимально насыщена и интересна, все рамки/ограничения только в нашей голове! На дорогах возможны гололед, накаты, плохая видимость!* и др. – 12%);

эпитеты (*ажиотажный спрос, свинцовые тучи, райский остров* и др. – 9%);

риторические вопросы (*Почему дело слушалось так долго и что повлияло на решение народного суда? Еще один природный каприс или недоглядели ответственные лица?* и др. – 5%);

повторы (*как работали – так и работаем; как жили – так и живем* и др. – 4%);

ирония (*автоледи с липовыми правами, специалист компании (в значении неспециалист) и др. – 3%*);
 олицетворения (*природный каприз, дыхание Байкала и др. – 2%*);
 перифраза (*царь зверей и др. – 2%*).

Из средств грамматического уровня зафиксирована парцелляция (*Очень тяжело. Так как вообще никого нету. Ни матери, ни отца. Не замужем. Помохи ни от кого нету – 1%*).

Выводы.

В разрезе жанров новостных текстов можно констатировать, что чаще всего средства речевого воздействия используются в жанре новостной заметки (143 воздействующих единицы), в информационных отчетах обнаружено 15 средств речевого воздействия, в новостных репортажах – 14, в новостных интервью – 4, что можно объяснить особой популярностью жанра заметки и ее количественным доминированием среди остальных новостных жанров.

Говоря о тематической классификации, отметим, что больше всего средств воздействия обнаружено в текстах с темой происшествия (44), здоровье (22), СВО (21), праздники (17). Полученные данные можно трактовать как одно из подтверждений особой популярности у читателей подобных тем. Происшествия и здоровье – темы, которые вызывают регулярный интерес аудитории [\[4, 11\]](#), поэтому сетевое издание активно публикует подобные материалы. Тексты с темой происшествия составляют более 18% от общего числа проанализированных текстов (92 единицы). Начало СВО и период праздничных дней (месяц март) – события, способствовавшие востребованности у читателей материалов соответствующих рубрик в конкретный период: на тему СВО опубликовано 22 материала, на тему праздников – 14.

Таким образом, можно сказать, что новостной дискурс сетевого издания «Ариг Ус online» отличается количественным доминированием жанра новостной заметки, популярностью тем, связанных с происшествиями и разнообразием способов речевого воздействия на лексическом, грамматическом и образном уровнях, что, бесспорно, влияет на его популярность и востребованность.

Библиография

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – Москва: Советская энциклопедия, 1990. С. 136-137.
2. Дейк ван Т. А. Стратегия понимания связного текста / Т. А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – Москва: Прогресс, 1988. Вып. XXIII. С. 153-211.
3. Добросклонская Т. Г. Новостной дискурс как объект медиалингвистического анализа / Т. Г. Добросклонская // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: II Международная научно-практическая конференция. Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Международный научный семинар. – Белгород: издательский дом "Белгород", 2016. С. 13-22. EDN: YHSCRV
4. Евдокименко Е. В. Новостные жанры в региональных печатных СМИ / Е. В. Евдокименко, А. А. Мосян // Огарёв-Online. – 2021. С. 1-5.
5. Желтухина М. Р. Медиадискурс / М. Р. Желтухина // Дискурс-Пи. – 2016. № 3-4 (24-

- 25). С. 292-296. EDN: WPJAGV
6. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учебное пособие / О. С. Иссерс. – Москва: Флинта, 2020. 240 с. EDN: SURXFH
7. Иссерс О. С. Речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий / О. С. Иссерс // Вестник Омского университета. – 1999. Вып. 1. С. 74-79. EDN: UWLMNV
8. Кибрик А. А. Когнитивные исследования по дискурсу / А. А. Кибрик // Вопросы языкоznания. – 1994. № 5. С. 56-67. EDN: YRNJVR
9. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. Вып. 11. № 2 (73). С. 13-21. EDN: MTXURN
10. Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике (Обзор) / Е. С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: сборник обзоров. – Москва: РАН. ИИОН, 2000. С. 5-13. ISBN 9785248013395. EDN: LAGODP
11. Лукина М. М. СМИ в пространстве Интернета / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева. – Москва, 2005. 89 с. ISBN 5-7776-0068-9. EDN: PCRVBS
12. Негрышев А. А. К макроструктурной типологии текстов новостных жанров / А. А. Негрышев // Вестник Московского университета: серия 10. Журналистика. – 2011. № 1. С. 228-244. EDN: NSZXCX
13. Оломская Н. Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса / Н. Н. Оломская // Научный диалог. – 2013. № 5 (17): Филология. С. 250-259. EDN: QCQEIX
14. Пантина О. А. Экспрессивная перспектива англоязычного новостного дискурса: на материале газетных текстов о природных катастрофах: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Ольга Анатольевна Пантина; Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – Санкт-Петербург, 2018. 159 с. EDN: KWKFBT
15. Плунгян В. А. Предисловие: Дискурс и грамматика / В. А. Плунгян // Исследования по теории грамматики / ред. В. А. Плунгян (отв. ред.), В. Ю. Гусев, А. Ю. Урманчиева. – Москва: Гнозис, 2008. Вып. 4. Грамматические категории в дискурсе. С. 7-36.
16. Рейтинг сайтов – URL: <https://www.liveinternet.ru> (дата обращения 26.11.2025).
17. Седов К. Ф. Дискурс как суггестия: иррациональное воздействие в межличностном общении / К. Ф. Седов. – Москва: Лабиринт, 2011. 332 с. ISBN 978-5-87604-212-5.
18. Стернин И. А. Основы медиадискурса / И. А. Стернин. – Москва: МедиаМир, 2014. 123 с. ISBN 978-5-88242-751-0.

Результаты процедуры рецензирования статьи

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

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

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

Рецензируемая статья «Способы речевого воздействия в новостном дискурсе регионального сетевого издания «Ариг Ус online», представленная для рассмотрения к публикации в журнале «Филология: научные исследования», является собой исследование, выполненное в русле современной медиалингвистики и направленное на изучение функционирования языка в медиасфере. В настоящее время данное исследовательское поле становится все более востребованным, актуальным, т.к. появление большого количества сетевых изданий, предоставляющих населению разнообразную информацию в доступной, занимательной, красочной и в то же время

достаточно информативной форме, требует выявления эффективных средств привлечения медиаресурсами широкой пользовательской аудитории. Объектом рецензируемой статьи является новостной медиадискурс, размещенный на сайте регионального сетевого издания «Ариг Ус online», публикующего новости Бурятии и Улан-Удэ.

В исследовании автором поставлена цель выявить "особенности речевого воздействия в новостном дискурсе регионального сетевого издания" через "анализ процессов создания текста и его восприятия". Опираясь на мнения ученых, посвятивших свои работы проблеме новостного медиадискурса (Т.Г. Добросклонская, М.Р. Желтухина, О.А. Пантина, А.А. Негрышев и др.), исследователь рассматривает особенности подачи материала в сетевом издании с точки зрения организации вербального воздействия на аудиторию, что служит общей цели – привлечению внимания большего числа пользователей, популяризации и увеличению посещаемости интернет-платформы, в том числе путем составления текстов, оказывающих воздействие на пользователей. Проанализировано более 500 новостных текстов, в них выявлено 179 примеров использования способов речевого воздействия.

В качестве основного для дискурс-анализа автором избран динамический подход, связанный "с анализом процессов создания текста и его восприятия". В исследовании использованы количественные методы: в статье дается статистика посещаемости интернет-платформы с указанием возрастных групп пользователей, делается обзор рубрик, описываются интерфейс и контент сетевого издания. Особенno наглядны результаты подсчета использования тех или иных средств воздействия в новостных текстах, подразделяющихся на новостные заметки, информационные отчеты, новостные интервью, новостные репортажи. Автор заключает, что среди жанров новостных текстов "чаще всего средства речевого воздействия используются в жанре новостной заметки (143 воздействующих единицы), в информационных отчетах обнаружено 15 средств речевого воздействия, в новостных репортажах – 14, в новостных интервью – 4". Также исследователь отмечает наибольшее использование средств воздействия "в текстах с темой происшествия (44), здоровье (22), СВО (21), праздники (17), экономика (10)", что обусловлено самой тематикой текстов ("происшествия"), призванных привлечь внимание пользователей шокирующими данными или подробностями. Статистические данные обеспечивают достоверность результатов работы.

Используемые при анализе теоретические источники подобраны корректно, помогают автору обосновать обсуждаемые положения актуальной темы. Основная часть библиографии относится к публикациям последних 20 лет, которые написаны в области речевого воздействия в медиадискурсе (К.Ф. Седов, О.С. Иссерс).

В тексте имеются несогласованные сочетания слов ("такими как возможность комментирования для зарегистрированных пользователей и функция поделиться контентом", "На дорогах возможно гололед, накаты, плохая видимость!"). Требуется пояснение, почему автор счел необходимым в середине статьи указать, что "Особое внимание в исследовании будет уделено разделу «Новости», т.е. обозначил некое будущее исследование. В последних трех абзацах текста замечены опечатки ("Тексты с темой происшествия"; "проанализированных текстов"; "читателей материалов соответствующих рубрик"; "связанных с присшествиями").

В целом, статья «Способы речевого воздействия в новостном дискурсе регионального сетевого издания «Ариг Ус online»» представляет интерес для лингвистов, медиаспециалистов в плане выявления наиболее эффективных средств речевого воздействия на пользователей сайта. Стиль статьи отвечает требованиям научного описания, содержание соответствует названию. Считаем, что после устранения ошибок ее можно принять к публикации в журнале "Филология: научные исследования".

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

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

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

Рецензируемая статья «Способы речевого воздействия в новостном дискурсе регионального сетевого издания «Ариг Ус online», представленная для рассмотрения к публикации в журнале «Филология: научные исследования», является собой исследование, выполненное в русле современной медиалингвистики и направленное на изучение функционирования языка в медиасфере. В настоящее время данное исследовательское поле становится все более востребованным, актуальным, т.к. появление большого количества сетевых изданий, предоставляющих населению разнообразную информацию в доступной, занимательной, красочной и в то же время достаточно информативной форме, требует выявления эффективных средств привлечения медиаресурсами широкой пользовательской аудитории. Объектом рецензируемой статьи является новостной медиадискурс, размещенный на сайте регионального сетевого издания «Ариг Ус online», публикующего новости Бурятии и Улан-Удэ.

В исследовании автором поставлена цель выявить «особенности речевого воздействия в новостном дискурсе регионального сетевого издания» через «анализ процессов создания текста и его восприятия». Опираясь на мнения ученых, посвятивших свои работы проблеме новостного медиадискурса (Т.Г. Добросклонская, М.Р. Желтухина, О.А. Пантина, А.А. Негрышев и др.), исследователь рассматривает особенности подачи материала в сетевом издании с точки зрения организации вербального воздействия на аудиторию, что служит общей цели – привлечению внимания большего числа пользователей, популяризации и увеличению посещаемости интернет-платформы, в том числе путем составления текстов, оказывающих воздействие на пользователей. Проанализировано более 500 новостных текстов, в них выявлено 179 примеров использования способов речевого воздействия.

В качестве основного для дискурс-анализа автором избран динамический подход, связанный «с анализом процессов создания текста и его восприятия». В исследовании использованы количественные методы: в статье дается статистика посещаемости интернет-платформы с указанием возрастных групп пользователей, делается обзор рубрик, описываются интерфейс и контент сетевого издания. Особенno наглядны результаты подсчета использования тех или иных средств воздействия в новостных текстах, подразделяющихся на новостные заметки, информационные отчеты, новостные интервью, новостные репортажи. Автор заключает, что среди жанров новостных текстов «чаще всего средства речевого воздействия используются в жанре новостной заметки (143 воздействующих единицы), в информационных отчетах обнаружено 15 средств речевого воздействия, в новостных репортажах – 14, в новостных интервью – 4». Также исследователь отмечает наибольшее использование средств воздействия «в текстах с темой происшествия (44), здоровье (22), СВО (21), праздники (17), экономика (10)», что обусловлено самой тематикой текстов («происшествия»), призванных привлечь внимание

пользователей шокирующими данными или подробностями. Статистические данные обеспечивают достоверность результатов работы.

Используемые при анализе теоретические источники подобраны корректно, помогают автору обосновать обсуждаемые положения актуальной темы. Основная часть библиографии относится к публикациям последних 20 лет, которые написаны в области речевого воздействия в медиадискурсе (К.Ф.Седов, О.С.Иссерс).

В тексте имеются несогласованные сочетания слов ("такими как возможность комментирования для зарегистрированных пользователей и функция поделиться контентом", "На дорогах возможно гололед, накаты, плохая видимость!"). Требуется пояснение, почему автор счел необходимым в середине статьи указать, что "Особое внимание в исследовании будет уделено разделу «Новости», т.е. обозначил некое будущее исследование. В последних трех абзацах текста замечены опечатки ("Тексты с темой происшествия"; "проанализированных текстов"; "читателей материалов соответствующих рубрик"; "связанных с присшествиями").

В целом, статья «Способы речевого воздействия в новостном дискурсе регионального сетевого издания «Ариг Ус online»» представляет интерес для лингвистов, медиаспециалистов в плане выявления наиболее эффективных средств речевого воздействия на пользователей сайта. Стиль статьи отвечает требованиям научного описания, содержание соответствует названию. Считаем, что после устранения ошибок ее можно принять к публикации в журнале «Филология: научные исследования».

Результаты процедуры окончательного рецензирования статьи

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

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

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

Рецензируемая статья посвящена комплексному анализу способов речевого воздействия в новостном дискурсе регионального сетевого издания «Ариг Ус online», что позволяет отнести её к актуальным направлениям современной медиалингвистики, прагмалингвистики и дискурсивных исследований. Предмет исследования определён чётко: автор ставит задачу выявить и классифицировать способы речевого воздействия, реализуемые в текстах новостей данного издания, и установить их частотность, жанровое распределение и прагматический потенциал. Такое исследование представляет значительный научный интерес, поскольку медиадискурс региональных интернет-ресурсов до сих пор изучен значительно менее полно, чем дискурс федеральных СМИ, а особенности воздействия в локальных новостях остаются перспективным, но недостаточно разработанным направлением.

Методология работы включает лингвистический дискурс-анализ, основанный на динамическом подходе О. А. Пантиной, а также комплексный количественный и качественный анализ способов воздействия, опирающийся на классификацию О. С. Иссерс. Автор последовательно описывает выборку (более 500 текстов за март 2022 года), характеризует принципы отбора материала, делит средства воздействия на лексические, образные и грамматические уровни, выделяет жанровые параметры и тематические особенности. Такой подход отвечает требованиям воспроизведимости и

научной строгости. Значимым методическим достоинством является детальная статистическая обработка материала: автор приводит числовые показатели общей выборки, распределение средств воздействия между заголовками и основным текстом, частотность отдельных групп средств, что существенно усиливает аналитическую составляющую исследования.

Актуальность статьи обусловлена современными тенденциями развития медийного пространства: ростом значимости сетевых СМИ, увеличением доли региональных новостных ресурсов, усилением роли речевого воздействия и идеологической модальности в новостях. Автор справедливо отмечает, что новостной дискурс является не только средством передачи информации, но и механизмом влияния на массовое сознание, особенно в условиях информационных перегрузок, высокой социальной напряжённости и беспрецедентной конкуренции медиа. Исследование регионального ресурса позволяет увидеть специфику локальной медиасреды и выявить способы воздействия, характерные именно для неё.

Научная новизна статьи проявляется в систематизации способов речевого воздействия, применяемых именно в региональном онлайн-издании, и в выявлении их частотности и жанрового распределения. Автор демонстрирует, что доминирующим жанром, в котором реализуются средства воздействия, является новостная заметка, что обусловлено её компактностью и высокой концентрацией смыслов. Важным выводом является то, что 32% материалов содержат эксплицитные способы воздействия, что показывает высокий уровень pragматической направленности регионального новостного дискурса. Новизна просматривается и в описании конкретных примеров: использование разговорной лексики (автоледи, липовые права, завалила), профессионализмов (минерализованные полосы, низовые пожары), метафор (снежный плен, шапки снега), риторических вопросов и восклицаний, параллельного синтаксиса, парцелляции и других средств. Столь детальная классификация делает статью ценным вкладом в медиалингвистику.

Стиль и структура статьи характеризуются высокой степенью научной последовательности, логичностью переходов и богатством иллюстративного материала. Автор подробно описывает основные теоретические подходы, опираясь на классические работы по дискурс-анализу, медиалингвистике, психолингвистике, затем переходит к эмпирической части, которая выполнена строго и аргументировано. В тексте отсутствует избыточная описательность: каждый теоретический тезис впоследствии находит подтверждение в анализе материала. Единственным моментом, который можно порекомендовать усилить, является объединение некоторых групп данных в визуальные таблицы или схемы, что сделало бы выводы ещё более наглядными.

Библиография статьи обширна, включает отечественные и зарубежные исследования по дискурс-анализу, медиадискурсу, речевому воздействию, новостной коммуникации. Источники подобраны корректно, отражают современное состояние лингвистической науки и подтверждают заявленные теоретические положения. Особо стоит отметить наличие работ Т. ван Дейка, Н. Д. Арутюновой, О. С. Иссерс, Т. Г. Добросклонской, Е. А. Кожемякина, что формирует серьёзную научную базу исследования.

Апелляция к оппонентам выражена в обсуждении различных моделей понимания дискурса, а также в сопоставлении подходов к определению способов воздействия. Автор корректно соотносит своё исследование с теми направлениями, которые уже существуют в медиалингвистике, демонстрируя хорошее владение научным контекстом. Выводы статьи убедительно показывают, что новостной дискурс регионального сетевого издания обладает богатым арсеналом речевых средств воздействия, прежде всего лексических и образных, а также что воздействие наиболее активно используется в темах, которые вызывают у аудитории эмоциональный отклик (происшествия, здоровье, СВО, праздники). Исследование представляет интерес как для ученых-лингвистов, так и

для журналистов-практиков, редакторов, специалистов по медиааналитике и коммуникациям.

В целом работа отличается высокой научной ценностью, оригинальностью и тщательностью анализа и безусловно может быть рекомендована к публикации в научном журнале.