

*На правах рукописи*

*Л. Егорова*

**ЕГОРОВА Людмила Геннадьевна**

**ТРАНСФОРМАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ  
КАЧЕСТВЕННОЙ ПЕРИОДИКИ КРЫМА  
В КОНТЕКСТЕ СМЕНЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ  
ПАРАДИГМЫ  
(2014–2021)**

Специальность 5.9.9 —  
Медиакоммуникации и журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
доктора филологических наук

Краснодар — 2023

Работа выполнена на кафедре истории и правового регулирования массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

**Научный консультант:** доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой истории и правового регулирования массовых коммуникаций

**ЛУЧИНСКИЙ Юрий Викторович**

**Официальные оппоненты:** доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»

**ТУЛУПОВ Владимир Васильевич**

доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики филиала ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова» в г. Севастополе

**ЕРШОВ Юрий Михайлович**

доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики ФГБОУ ВО «Московский государственный институт культуры»

**ПОТАПОВ Павел Федорович**

**Ведущая организация:** **ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»**

Защита диссертации состоится 20 апреля 2024 года в 9 ч. 00 мин. на заседании диссертационного совета 24.2.320.09 по филологическим наукам при Кубанском государственном университете по адресу: 350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7, ауд. 309.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Кубанского государственного университета по адресу: 350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149 и на сайте ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» <https://www.kubsu.ru/ru>.

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 г.

**Ученый секретарь  
диссертационного совета**



**Безрукавая Марина Васильевна**

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

В настоящее время отечественные медиаизыскания все активнее начинают обращаться к изучению особенностей функционирования системы средств массовой информации Республики Крым (см., например, сборник статей «СМИ Крыма и Севастополя в медиасистеме России», явившийся результатом проекта межкафедральной исследовательской группы факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова и его филиала в Севастополе, и другие работы этой группы исследователей<sup>1</sup>, посвященные рассмотрению различных аспектов функционирования медиасферы полуострова в изменившихся общественно-политических условиях).

Трансформация общества, как правило, характеризуется освоением индивидами новых социальных навыков и ролей, социокультурным моделированием поведения граждан с учетом динамики информационного поля. В России трансформация общества, которая происходит в абсолютно новых экономических, политических, социокультурных условиях, отразилась на влиянии демократических ориентиров на ценностные приоритеты российского народа, специфику и динамику национального характера. Она затронула базовые ценностные ориентации личности, определяющие ее положение в социуме, которое в свою очередь детерминируется основными чертами национального характера. Исследователи отмечают, что процессы трансформации, протекающие в российском обществе, теснейшим образом взаимосвязаны с изменением социальной структуры общества, его расслоением, что во многом определяет и специфику социального, в том числе экономического, порядка. Так, в российском социуме начиная с 1990-х годов

---

<sup>1</sup> СМИ Крыма и Севастополя в медиасистеме. России: сб. статей / под ред. Д. В. Жукова, Г. Г. Щепиловой. – М.: МедиаМир, 2018. – 218 с.; Ершов Ю. М. Медиасистема города-региона Севастополя // Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия: Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 03–04 февраля 2023 года. – Москва: Факультет журналистики Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова», 2023. – С. 62–63; Жуков Д. В., Щепилова Г. Г. Телевидение Крымского полуострова в условиях интеграции в новое государство // Век информации. – 2017. – № 2–1. – С. 228–230; Ильченко Д. С., Лебеденко М. Е., Плаутина Ю. Д. Тема науки в новостных порталах Крыма в условиях смены государства // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2017. – № 3. – С. 110–129; Пушкарева Д. А. Медиасистема Крыма и Севастополя: особенности развития // Научная конференция «Ломоносовские чтения». Тезисы докладов. – Изд. Филиала МГУ в Севастополе, 2016. – С. 117–118; Хруль В. М. Конфликт повесток: религиозная жизнь Крыма и ее освещение в местных печатных и интернет-СМИ // Медиаскоп. – 2017. – № 2. – С. 5; Щепилова Г. Г. Газетный рынок Крымского полуострова: в поисках модели финансирования // Меди@льманах. – 2016. – № 4 (75). – С. 32–38; Щепилова Г. Г. СМИ Крымского полуострова: проблемы интеграции в российское медиапространство // Медиаскоп. – 2017. – № 1. – С. 4.

наблюдался распад общественного пространства, который проявлялся в «исчезновении общих социальных ценностей, общей социальной организации, институтов, норм и чувства общих интересов»<sup>2</sup>. В связи с этим актуализируется проблема консолидации различных слоев общества. И главенствующая роль здесь отводится журналистике, потому что именно она обладает свойством опознавать изменения, происходящие в социуме, фиксировать кризисные явления, содействовать интегративным процессам, в том числе укреплению идентичности, одновременно с выстраиванием общей ценностной системы для разных групп.

Трансформационные процессы задел и систему СМИ, повлияли на изменение функций журналистики, жанровую динамику. Таким образом, современная российская журналистика сама находится в процессе трансформации, что обуславливает общую **актуальность исследования**.

В данном контексте **актуальной проблемой** является изучение медийной природы идентичности, в особенности в связи с тем, что современные глобальные трансформационные процессы привели к кризису идентичности (и даже утрате идентичности). В процессе глобализации произошло разрушение норм и правил поведения, нравственных ориентиров, общественных институтов<sup>3</sup>. На усугубление кризисных явлений также большое влияние оказывают СМИ, предлагая более примитивные ценности и упрощенную самоидентификацию.

Особую актуальность в рамках изучения особенностей формирования идентичности в СМИ приобретает также языковая проблематика, так как общение и речь являются не только важнейшими составляющими психолого-феноменологического комплекса идентичности, но и маркерами национальной идентичности. К сожалению, в эпоху глобализации и развития информационного общества протекают процессы, негативно сказывающиеся на идентичности, прежде всего национальной, которая «растворяется в процессах демократизации, стандартизации культуры, экономизации, универсализации ценностей и информатизации»<sup>4</sup>. В этом процессе существенную роль играют

2 Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д. Процессы интеграции и дезинтеграции в социальной структуре российского общества // Социологические исследования. — 1999. — № 9. — С. 22–33. — URL: <https://knigogid.ru/books/1780865-processy-integracii-i-dezintegracii-v-socialnoy-strukture-rossiyskogo-obschestva/toread/page-2>.

3 Салихов Г.Г. Проблема идентичности в условиях глобализации // Век глобализации. — 2015. № 1 (7). — С. 122.

4 Герасимова И.А., Ивахнов В.Ю. Проблема сохранения культурной идентичности в условиях глобализации // Сервис plus. — Т. 11. — 2017. — № 2. — С. 66–76

и средства массовой информации, которые могут быть инструментом как формирования идентичности, так и ее разрушения.

Понятие национальной идентичности в науке сопоставляется со смыслом национального самосознания и трактуется как чувство сопринадлежности человека к определенному государству или нации, разделяемое с группой людей независимо от гражданства индивида<sup>5</sup>. Выход из глобального кризиса идентичности исследователи предлагают искать в нескольких направлениях: «конструирование новой идентичности на основе общекультурных ценностей, культурных универсалий и возврата к традиционным формам идентичности»<sup>6</sup>. Несомненно, что во всех этих процессах также важную роль играет такой социальный институт, как СМИ. Идентичность возникает из диалектической взаимосвязи индивида и общества и формируется в результате как бессознательных, так и сознательных психических процессов. В формировании различных видов идентичности первоочередная роль отводится коммуникации, что вполне понятно, так как благодаря ей реализуются общение, сохранение и передача коллективного знания. В философии, социологии, психологии довольно полно представлены межличностная и профессиональная коммуникации, предлагающие индивиду, социальным группам, обществу проверенную временем ценностную систему координат для выстраивания своей жизни.

Еще одна проблема — изучения регионального дискурса СМИ — «на данном этапе развития научной мысли вызывает все больший интерес у специалистов широкого профиля — филологов, социологов, философов, культурологов, политологов, поскольку региональные средства массовой информации оказывают значительное влияние на формирование картины мира определенной территории, а медиатексты наполняют ее ключевыми смыслами, значимыми для гражданского общества региона. Региональные СМИ как часть медиасистемы государства информируют, убеждают, влияют, и для осуществления всех этих функций им необходимо владеть ситуацией сегодняшнего дня. А потому региональная картина мира находится в постоянном изменении и каждая ситуация погружается средствами массовой информации в социокультурный контекст территории.

Региональная картина мира является частью общего медиа-историко-культурного пространства страны, обладая при этом специфи-

---

5 Там же. — С. 9.

6 Зверева И. А. Идентичность как философская проблема: автореферат дис. ... кандидата философских наук: 09.00.11. — М., 2010. — С. 6.

ческими признаками, отражающими особенности региона, и зависит от совокупности следующих факторов: специфики географического ареала; природно-климатических особенностей региона; условий его заселения; культурных традиций народов, населяющих регион и др. Она по-своему уникальна, поскольку в регионе проживают различные этносы, каждый из которых, с одной стороны, сохраняет особенности своей культуры (быта, веры, мировоззрения и в целом специфики этнического менталитета), с другой — в процессе совместного пребывания формирует территориально обусловленную идентичность»<sup>7</sup>.

### **Степень разработанности проблемы.**

В связи с многоаспектностью проблемы идентичности в аспекте трансформации мы обращаемся к различным группам источников. Так, проблема кризиса идентичности в XX веке активно разрабатывалась в западной науке — социологии (Э. Тоффлер, С. Хантингтон, Э. Эриксон и др.)<sup>8</sup>, психологии (С. Московичи, Х. Тэджфел, Г. Брэйкуэлл и др.)<sup>9</sup>, философии (Т. В. Адорно, Г.-Г. Гадамер, У. Эко и др.)<sup>10</sup>, филологии (М. Кастельс, К. Липпман, О. Розеншток-Хюсси, Х. М. Маклюэн и др.)<sup>11</sup>.

В конце XX века в связи с общественными изменениями в России также заговорили об идентичности, а в связи с последствиями распада СССР особенно остро встала тема национальной и региональной

7 Егорова Л. Г. Специфика презентации регионального имиджа: крымское измерение // Современная картина мира: крымский контекст: коллективная монография / Т. В. Аржанцева, Г. Ю. Богданович, С. С. Дикарева [и др.]. Том Книга 1. — Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2017. — С. 193–213.

8 Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. — М.: Медиум, 1995; Тоффлер Э. Третья волна. — М.: АСТ, 2004.; Хантингтон С. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности. — М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Транзит-книга», 2004; Эриксон Э. Детство и общество. — СПб.: Психологический центр «Ленато»; Балашиха: Фонд «Университетская книга», 1996.

9 Breakwell G. M. Coping with threatened identities. — L. N. Y.: Mithuen, 1986; Московичи С. Предпосылки объяснения в социальной психологии // Социальная психология: саморефлексия маргинальности: Хрестоматия. — М.: ИНИОН РАН, 1995; Tajfel H. Social identity and intergroup relations. — Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1982.

10 Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного // Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного. — М., 1991; Хоркхаймер М., Адорно Т. В. Дialeктика Просвещения. Философские фрагменты. Пер. с нем. М. Кузнецова. — М.: СПб.: Медиум; Ювента, 1997; Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / Перев. с итал. В. Резник, А. Погоняйло. — СПб.: Symposium, 2004.

11 Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. — URL: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/05.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php); Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой; Редакторы перевода К. А. Левинсон, К. В. Петренко. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004; Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. — М.: Гиперборей; Кучково поле, 2007; Розеншток-Хюсси О. Человеческий тип как форма для чеканки, или повседневные истоки языка // Розеншток-Хюсси О. Избранное: Язык рода человеческого. Пер. с нем. и англ. — М.; СПб: Университетская книга, 2000.

идентичности. Интерес журналистского экспертного сообщества проявляется в многочисленных конференциях, посвященных региональным СМИ<sup>12</sup>; в 2023 году свое 25-летие отметила Академия наук региональной печати России на базе Воронежского государственного университета. Описанию региональной картины мира посвящено доста-точное количество исследовательских работ (см., например, монографии «Актуальный срез региональной картины мира: культурные концепты и мифологемы», «Медиакоммуникации современного города», «Районные газеты Пермского края: настоящее и будущее», «Современная картина мира: крымский контекст», работы К. В. Дементьевой, Т. Л. Каминской, Е. Д. Маленовой, П. Ф. Потапова, М. В. Терских, В. В. Тулупова, М. П. Рачкова, А. П. Суходолова, Л. Л. Черепановой, Е. С. Шандрыголовой, Н. В. Яблоновской, Ю. А. Ястремской и др.)<sup>13</sup>.

12 Например: Всероссийская научно-практическая конференция «Стратегия развития региональных СМИ: проблемы и перспективы», Курск (проводится с 2014 года); Всероссийская научно-практическая конференция «Журналистика и география», Воронеж, 2020, 2022; I Всероссийская конференция «Региональная журналистика: культурные коды, пространство смыслов, полиэтничный дискурс», Ростов-на-Дону, 2022; Всероссийская научно-практическая конференция «Региональные СМИ: пути взаимодействия с аудиторией», Чита, 2022; Региональная научно-практическая конференция «Медийная регионалистика: история и современность», Краснодар, 2023.

13 Актуальный срез региональной картины мира: культурные концепты и неомифологемы / О. В. Орлова и др. — Томск: Изд-во Томск. гос. пед. ун-та, 2011. — 223 с.; Смеюха В. В., Подобед Е. С., Сипко Е. С. Медиакоммуникации современного города. — Ростов-на-Дону: РГУПС, 2017. — 175 с.; Районные газеты Пермского края: настоящее и будущее: Электронный ресурс / В. В. Абашев, З. С. Антипина, Е. Г. Власова [и др.]; Пермский государственный национальный исследовательский университет. — Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2017. — 240 с.; Современная картина мира: крымский контекст: коллективная монография / Т. В. Аржанцева, Г. Ю. Богданович, С. С. Дикарева [и др.]. Том Книга 1. — Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2017. — 384 с.; Современная картина мира: крымский контекст коллективная монография / Л. Ю. Андреева, Е. Л. Ачилова, В. П. Ачилова [и др.]. Том Книга 2. — Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2018. — 336 с.; Современная картина мира: крымский контекст: Коллективная монография / Под редакцией Г. Ю. Богданович. Том Книга 3. — Симферополь: Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, 2020. — 212 с.; Дементьева К. В. Роль региональной прессы в трансформирующемся социуме // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. — 2015. — № 4. — С. 28–33; Каминская Т. Л. Территориальная идентичность как ресурс регионального журналиста // Век информации. 2017. — № 1. — С. 83–86; Каминская Т. Л. Региональное медиаполе: векторы развития // Вестник Новгородского государственного университета. — 2015. — № 73. — С. 22; Маленова Д. В., Терских М. В. Имидж городов Сибири как компонент территориальной идентичности (на материале американских СМИ) // Роль Сибири в поликультурном и многоязычном мире современного евразийского пространства: сборник трудов конференции. — Омск, 23–25 октября 2015 г. — Омск, 2015. — Ч. 1. — С. 84–89; Потапов П. Ф. Историко-культурная тема в региональной прессе // Вестник Чувашского университета. — 2017. — № 4. — С. 193–203; Тулупов В. В. Проблемы и перспективы региональной журналистики // Региональная журналистика России / под ред. В. В. Тулупова. — Воронеж, 2013. — С. 165–188; Рачков М. П., Суходолов А. П. Приграничное и межрегиональное сотрудничество: о конвергентной функции журналистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2. С. 214–217; Черепанова Л. Л. Медиадискурс региона в аспекте межкультурной коммуникации // Культурный ландшафт пограничья: прошлое, настоящее, будущее: Сборник материалов Междуна-



Вместе с тем, ввиду непрерывно меняющейся социальной действительности, отметим необходимость многоаспектной параметризации материала с описанием опыта, формирующего традиции, и инноваций, обусловленных изменениями в картине мира региона. Для описания региональной медийной картины мира значимы следующие исследования отечественных исследователей:

– о трансформации общества: М. К. Горшкова, Т. Н. Заславской, Ж. В. Четвертаковой, О. А. Щедровой<sup>14</sup>,

– о современном состоянии СМИ: Е. Л. Варгановой, Г. В. Вирена, Е. Я. Дугина, В. А. Евдокимова, В. Л. Иваницкого, А. Г. Шилиной, М. В. Шкондина<sup>15</sup>;

– о проблеме сохранения культурной идентичности в условиях глобализации и СМИ: О. В. Андреевой, В. А. Баранова; В. Е. Буденкова, Е. Н. Савельевой; И. А. Герасимовой, В. Ю. Ивахнова; И. А. Зверевой, С. Н. Киселева, Э. А. Орловой, М. В. Глостановой, Г. Г. Салихова, Д. В. Сосновского<sup>16</sup>;

---

родных научных конференций в Риге (21.02.—22.02.2013) и Пскове (05.12.—07.12.2013), посвященных проблемам пограничья.— Рига—Псков: Псковский государственный университет, 2015.— С. 404–411; Шандрыголова Е. С. современная отечественная региональная пресса как объект научной рефлексии // Современные проблемы науки и образования.— 2015.— № 2–1.— С. 387; Яблонская Н. В. Современная этножурналистика Крыма: основные тенденции развития Этническая журналистика: история и современность: Ежегодник № 10.— Москва: Факультет журналистики Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова», 2017.— С. 63–75; Ястремская Ю. А. Общественно-политический дискурс городской провинциальной газеты в диахронном аспекте: специальность 10.01.10 «Журналистика»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук.— Челябинск, 2014.— 22 с.

14 Горшков М. К. Российское общество в условиях трансформации: мифы и реальность: 1992–2002: (Социол. анализ).— Москва: Росспэн, 2003.— 510 с.; Горшков М. К. Реальности пореформенной России: четверть века социальных трансформаций в социологическом измерении // Россия реформирующаяся: Ежегодник / Отв. ред. М. К. Горшков.— Выпуск 16.— М.: Новый хронограф, 2018.— С. 6–33; Заславская Т. Н. Социетальная трансформация российского общества: Деятельностно-структурная концепция.— М.: Дело, 2002.— 568 с.; Щедрова О. А. Социальная политика региона в условиях трансформации российского общества: автореф. ... канд. полит. наук.— Москва, 2011.— 18 с.

15 Варганова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики.— М.: МедиаМир, 2013.— 280 с.; Вирен Г. В. Современные медиа. Приемы информационных войн.— М.: Аспект Пресс, 2017.— 128 с.; Дугин Е. Я. Традиции и инновации в осмыслении медиа и журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика.— 2017.— № 3.— С. 3–17; Евдокимов В. А. Познавание идентичности российским журналистом // Наука о человеке: гуманитарные исследования.— 2013.— № 4 (14).— С. 119–123; Иваницкий В. Л. Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ: дис ... доктора филологических наук: 10.01.10.— Москва, 2011.— 399 с.; Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой; Редакторы перевода К. А. Левинсон, К. В. Петренко.— М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.— 384 с.; Шилина А. Г. Журналистика данных в качественных российских журналах: опыт идентификации // Вестник ТвГУ. Серия «Филология».— 2016.— № 3.— С. 222–228; Шкондин М. В. Печать в условиях трансформации медиасистемы // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика.— 2013.— № 6.— С. 38–52.

16 Андреева О. В. Способы идентификации человека в масс-медийных коммуникациях: диссертация ... кандидата философских наук: 09.00.11 — Владивосток, 2010.— 160 с.; Баранов В. А. Крым-



– о состоянии региональных СМИ: Л. Е. Кройчика, О. И. Лепилкиной, П. Ф. Потапова, В. В. Тулупова, В. Е. Соломина<sup>17</sup>;

– о состоянии крымских СМИ: Ю. М. Ершова, Е. Р. Жаровского, Д. К. Первых, А. В. Платоновой, В. М. Хруля, Г. Г. Щепиловой<sup>18</sup>.

ская региональная идентичность как ресурс легитимации воссоединения с Россией // Научная мысль Кавказа — 2014, № 4 (80).— С. 51–60; Буденкова В. Е., Савельева Е. Н. Идентичность как предмет теоретико-методологического анализа: модели и подходы // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. — 2016. — № 1. — С. 31–44; Герасимова И. А., Иванов В. Ю. Проблема сохранения культурной идентичности в условиях глобализации // Сервис plus. — Т. 11. — 2017. — № 2. — С. 66–76; Зверева И. А. Идентичность как философская проблема: автореферат дисс. ... кандидата философских наук: 09.00.11.— М., 2010.— 27 с.; Киселев С. Н. Крымская русская идентичность как этнополитическая реальность // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «География». — 2004. — Т. 17 (56). — № 4. — С. 210–216.; Орлова Э. А. Концепции идентичности/идентификации в социально-научном знании // Вопросы социальной теории. — 2010. — Том IV. — С. 87–111.; Салихов Г. Г. Проблема идентичности в условиях глобализации // Век глобализации. — Выпуск 1 (7). — 2015. — С. 122–129; Потапов П. Ф. Воздействие на общественное мнение в региональной медиасистеме // Актуальные проблемы журналистики, критики, литературоведения, истории: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Краснодар, 08 октября 2020 года. — Краснодар: Кубанский государственный университет, 2021. — С. 154–159; Сосновский Д. В. Процессы формирования региональной идентичности в Крыму в контексте поляризации украинского общества (1991–2014): диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук: 23.00.04.— М. 2014.— 172 с.; Тлостанова М. В. Человек в современном мире: проблемы множественной идентичности // Вопросы социальной теории: научный альманах. — Т. 4: Человек в поисках идентичности. — М., 2010. — 527 с.— С. 191–217.

17 Кройчик Л. Е. Публицистика в региональном медиапространстве: уроки кризиса // Журналистика в 2013 году: регионы в российском медиапространстве: сборник материалов международной научно-практической конференции. — М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2014. — С. 185–186; Лепилкина О. И. Межэтническое взаимодействие как объект изображения в современной ставропольской газетной периодике // Медиаскоп: электрон. науч. журнал. — 2010. — № 4. — URL: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/289>; Соломин В. Е. Роль региональных сетевых СМИ в отражении общественных событий: дис. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 2013. — 203 с.; Тулупов В. В. Российская региональная журналистика на современном этапе // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 1. — С. 111–120.

18 Ершов Ю. М. Медиасистема города-региона Севастополя / Ю. М. Ершов // Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия: Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 03–04 февраля 2023 года. — Москва: Факультет журналистики Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова», 2023. — С. 62–63; Региональная идентичность СМИ Крыма и Севастополя // Ломоносовские чтения: Материалы ежегодной научной конференции МГУ, Севастополь, 21–23 апреля 2021 года / Под редакцией О. А. Шпырко. — Севастополь: Филиал Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова в г. Севастополе, 2021. — С. 71–73; Жаровский Е. Р. Редакционные практики и профессиональная культура журналистов Крымского полуострова после 2014 года: дис. ... кандидата филологических наук: 10.01.10. — Москва, 2022; Первых Д. К. Особенности развития крымских СМИ в условиях интеграции в медиапространство России // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. — 2019. Т. 5, № 4. — С. 265–283; Платонова А. В. Интеграция печатных массмедиа Крыма в новое информационное пространство (2014–2016 гг.) // Научные ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. — 2017. — № 7. — С. 123–129; СМИ Крыма и Севастополя в медиасистеме России: сб. статей / под ред. Д. В. Жукова, Г. Г. Щепиловой. — М.: МедиаМир, 2018.; Хруль В. М. Конфликт повесток: религиозная жизнь Крыма и ее освещение в местных печатных и интернет-СМИ // Медиаскоп. 2017. — Вып. 2. — URL: <http://www.mediascope.ru/2302>; Щепилова Г. Г. СМИ Крымского полуострова: проблемы интеграции в российское медиапространство // Медиаскоп. 2017. — Вып. 1. — URL: <http://www.mediascope.ru/2269>.

Общая картина состояния СМИ в России представлена в отраслевых докладах Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям / Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации<sup>19</sup>.

Для исследования дискурса значимы труды Т. А. ван Дейка, М. Култхарда, В. И. Карасика, М. Л. Маркова<sup>20</sup>.

**Научная новизна** состоит в том, что:

- комплексно исследованы и описаны системные проявления кризиса идентичности в контексте процессов модификации социальной системы и трансформации коммуникативного пространства;
- обоснована необходимость и сформулированы направления изменения идейно-ценностной концепции Русского мира;
- представлено оригинальное исследование динамики дискурса печатных СМИ Республики Крым по мере интеграции в российское информационное пространство, в котором выявлены медийные идентификационные векторы и обозначены актуализирующие микротемы.

**Объектом исследования** являются печатные СМИ в период общественной трансформации и кризиса региональной идентичности.

**Предмет исследования** — трансформационный потенциал печатных СМИ Крыма в интеграционном процессе в медиополе России.

Трансформационный потенциал СМИ рассматривается нами как совокупность возможностей изменения информационной парадигмы в диахронном аспекте, то есть в процессе развития.

**Эмпирический материал исследования.** Материалом исследования стали публикации трех ведущих региональных газет —

19 Российская периодическая печать: состояние тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. — Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2018. — 174 с. — URL: <http://www.unkniga.ru/images/docs/2018/pressa-2018.pdf>; Российская периодическая печать: состояние тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. — Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2019. — 116 с. — URL: <http://www.unkniga.ru/images/docs/2019/otr-doklad-pressa-2018.pdf>; Российская периодическая печать: состояние тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. — Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2020. — 123 с. URL: — <http://www.unkniga.ru/images/docs/2020/otr-doklad-periodika-2019-1.pdf>; Российская периодическая печать: состояние тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. — Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, 2021. — 132 с. — URL: <https://digital.gov.ru/uploaded/files/periodic-2021.pdf>.

20 Coulthard M. An introduction to discourse analysis. — London: Longman Group Limited, 1977. — 195 p.; Dijk Teun Adrianus van. Ideology: a multidisciplinary approach. — London; Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 1998. — 374 p.; Макаров М. Л. Основы теории дискурса. — М.: Гнозис, 2003. — 277 с.; Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — М.: Гнозис, 2004. — 390 с.; Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ./ Сост. В. В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова. — М.: Прогресс, 1989. — 312 с.

общественно-политического независимого издания «Крымская правда», издания Совета министров Республики Крым «Крымская газета», газеты Государственного Совета Республики Крым «Крымские известия» (всего около 11 тысяч текстов), а также пяти муниципальных изданий — «Сельский труженик Крыма», «Алуштинский вестник», «Заря Присивашья», «Евпаторийская здравница» и «Победа».

**Хронологические рамки исследования.** Контент-анализ изданий проводился в два этапа: 1) 2014–2018 гг. — период выраженной трансформации и начальный этап интегрирования в российское медиаполе (исследование отчасти захватывает и публикации 2013 года как обладающие трансформационными признаками), 2) 2019–2021 гг. — период интеграции.

Интегрирование здесь понимается нами как процесс вхождения крымских СМИ в российское медиапространство, а интеграция — как результат этого процесса.

**Гипотеза исследования** заключается в том, что вхождение Крыма в состав Российской Федерации привело к значительным изменениям информационного пространства полуострова и основные тенденции этой трансформации могут быть выявлены и описаны с помощью типологического подхода, нацеленного на анализ структурных компонентов медиасистемы, и дискурс-анализа как исследования способов описания этого процесса в СМИ.

**Цель исследования** — представить системное описание дискурса газет Республики Крым, отражающих информационную картину мира в исторический момент перехода региона в новые социополитические условия, в аспекте трансформации и интеграции.

Отметим, что региональный дискурс СМИ обладает специфическими признаками, наиболее четко представленными в газетах — значимом для региона виде печатных СМИ — и отражающими особенности территории, системно проявляющимися в повестке дня СМИ, способах подачи информации и интерпретации общественно значимых событий, приоритетных темах и жанрах, организации диалога с аудиторией.

#### **Задачи исследования:**

1. Исследовать философскую, социологическую, психологическую, филологическую составляющие кризиса идентичности в условиях общественно-политической трансформации.

2. Выявить особенности крымской региональной идентичности, доказать, что она является основой успешной интеграции населения полуострова в российскую действительность.

3. Проанализировать место печатных СМИ в современных условиях и роль качественной прессы в преодолении кризисных явлений.

4. Описать феномен регионального дискурса СМИ на примере функционирования современной периодики Республики Крым.

5. Проанализировать процесс формирования крымской идентичности в новых социополитических условиях, степень ее отражения и специфику трансляции региональными печатными СМИ.

6. Дать развернутую характеристику пространства печатных СМИ Республики Крым в 2014–2021 гг.

7. Проанализировать жанрово-тематическую динамику регионального дискурса СМИ на материале газет Крыма как важного сегмента региональных медиа.

Подобного рода пересечения обуславливают **методологию исследования**, которая сочетает разные методы: во-первых, это системный метод, который предполагает упорядочивание взаимосвязанных элементов в целостное единство; во-вторых, конкретно-исторический метод и связанный с ним в нашем исследовании контекстный метод, так как институт СМИ рассматривается в контексте политической, социальной и экономической трансформации (конкретные печатные издания — в период интеграции Крыма как нового российского региона); в-третьих, нормативно-ценностный метод, особенно в связи с концепцией Русского мира; в-четвертых, контент-анализ, который использован не только для выявления частотных категорий, но и для содержательной идентификации ценностных конструктов; дискурс-анализ — формальный и семантический.

**Теоретико-методологический фундамент** составляют труды Т. А. ван Дейка, М. Култхарда, М. Кастельса, Э. Тоффлера, С. Хантингтона; В. А. Баранова, М. К. Горшкова, Ю. М. Ершова, П. Ф. Потапова, В. В. Тулупова, М. В. Шкондина, Г. Г. Щепиловой.

**Область исследования.** Содержание диссертационного исследования соответствует следующим пунктам Паспорта специальности: 1. Теории журналистики, средств массовой информации, медиа. Парадигмы, концептуальный аппарат, природа, функции, роли. Структура и типология СМИ и медиакоммуникационной среды. 3. Тематика

и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических и политических процессов в медиакоммуникациях.

5. Конвергентно-интеграционные процессы в медиапространстве.

9. Профессиональные стандарты и ценности в журналистике и медиакоммуникациях. Влияние технологического прогресса и цифровизации на профессиональный инструментарий журналистов, профессионалов в области медиакоммуникаций и непрофессиональных авторов.

10. Телевидение, радиовещание, периодическая печать в системе СМИ: структурные, функциональные и творческие характеристики. Визуальные средства журналистики и медиакоммуникаций. Медиадизайн.

**Теоретическая значимость** заключается в том, в предлагаемом исследовании предпринята попытка соотнести теорию региональных СМИ с реальными фактами современной медийной истории Крыма в ее динамических характеристиках, что имеет важное политическое и социокультурное значение для проблемы интеграции новых регионов в российское информационное пространство.

**Практическая значимость** выражается в том, что, во-первых, накопленный в процессе мониторинга большой массив данных позволил проверить на практике положения исследования, а выявленные в его ходе закономерности в динамике проблематики крымских СМИ в период интеграции региона могут быть использованы в качестве модели для развития информационного пространства новых регионов. Во-вторых, результаты исследования могут быть востребованы при развитии концепций преподавания медиаведческих дисциплин в новых условиях, при создании рабочих программ бакалавриата и магистратуры и учебно-методических пособий, посвященных тенденциям развития современной периодики, взаимосвязи актуальных проблем современного общества и журналистики.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. В период общественно-политических трансформаций связанный с ними кризис идентичности имеет комплексную природу. Особое место при этом занимает региональная идентичность, которая может стать фактором интеграции. Исторически сформировавшая крымская идентичность способствовала консолидации населения Крымского полуострова и его интеграции в российское пространство.

2. Идентичность, в том числе региональная, имеет медийную природу. Это обуславливает интерес к проблеме со стороны российского

экспертного сообщества и попытки выработать единую концепцию развития российского информационного пространства. На главенствующую роль претендует концепция Русского мира, которая в свою очередь сегодня нуждается в переосмыслении. Направлениями трансформации концепции могут стать поддержание и оформление образа Русского мира внутри России, повышение его значения для разных региональных полиэтнических сообществ с учетом региональных идентичностей.

3. Внедрение современных технологий вместе с политико-экономическими проблемами повлекли за собой изменения структуры СМИ, снизив долю печатных изданий. В то же время именно печатные издания сохраняют высокий уровень доверия аудитории, в отличие от электронных СМИ и социальных сетей. С печатными СМИ прочно ассоциировано понятие качественной журналистики, что повышает их значимость и определяет трансформационный потенциал.

4. Наблюдаемый процесс регионализации российских СМИ имеет свои положительные и отрицательные стороны. Успешному развитию региональной печати способствует актуальный локальный контент и обратная связь, однако при этом важно не допустить вытеснение федерального контента и диктата повестки со стороны региональных властей. Единые базовые ценности являются необходимым условием сохранения единого информационного пространства России и успешного интегрирования в него СМИ Крыма и Севастополя.

5. Дискурс СМИ Крыма как региональный феномен представлен в основных газетах Крымского полуострова и проявляется в системе общественно-значимых проблем, характеризующих данную территорию, в способах подачи информации и организации диалога с аудиторией. В процессе смены информационной парадигмы СМИ Крыма сохраняют свою специфику, успешно сочетая региональный и общероссийский идентификационные векторы.

6. Информационная культура, сложившаяся в Крыму в рассматриваемый период, может использоваться в качестве прецедентной для формирования новой медиареальности, отражающей сложные и разновекторные аспекты меняющейся геополитической ситуации.

**Достоверность положений** исследования основывается на данных мониторинга основных газетных изданий Республики Крым в период с 2014 по 2021 год и подтверждается практической деятельностью автора в качестве эксперта Роскомнадзора.

**Апробация работы.** Результаты были обсуждены на заседаниях кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций Кубанского государственного университета; использованы при разработке спецкурсов по истории и теории журналистики для бакалавриата, специалитета и магистратуры, докладывались на 18 международных, всероссийских, региональных и межвузовских научных, научно-практических конференциях: Международная научно-практическая конференция «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации», Ростов-на-Дону, РГУПС, 2015; XIII Международная научно-практическая конференция «Информационное поле современной России: практики и эффекты», Казань, Казанский государственный университет, 2016; Международный научный форум «Век информации. Медиа в современном мире. 57-е Петербургские чтения», Санкт-Петербург, СПбГУ, 2017; VI Международная научно-практическая конференция «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации», Ростов-на-Дону, РГУПС, 2018; Международная практическая конференция «Журналистика 2018. Творчество. Профессия. Индустрия», Москва, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018; Международная научная конференция «Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций (к 65-летию почетного президента Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России, профессора А. В. Федорова)», Ростов-на-Дону — Таганрог, РИНХ, 2019; Международный научный форум «Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения», Санкт-Петербург, СПбГУ, 2019; VII Международная научно-практическая конференция «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации», Ростов-на-Дону, РГУПС, 2019; Международная практическая конференция «Журналистика 2019. Творчество. Профессия. Индустрия», Москва, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2019; Международная научно-практическая конференция «Дискурсология и медиакритика современных СМИ», Белгород, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2019; VI Международная научно-практическая конференция «Брендинг как коммуникативная технология XXI века», Санкт-Петербург, СПбГУ, 2020; II Международная конференция «Рекламное и PR-образование в условиях информационно-технологических перемен: актуальные вопросы и тренды», Челябинск,



Челябинский государственный университет, 2020; V Международная научная конференция «MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность», Челябинск, Челябинский государственный университет, 2020; Международный научный форум «Медиа в современном мире. 60-е Петербургские чтения», Санкт-Петербург, СПбГУ, 2020; Международная практическая конференция «Журналистика 2020. Творчество. Профессия. Индустрия», Москва, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2020; IX Международная научно-практическая конференция «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации», Ростов-на-Дону, РГУПС, 2021; Международная практическая конференция «Журналистика 2021. Творчество. Профессия. Индустрия». Москва, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2022; Региональная научно-практическая конференция «Медийная регионалистика: история и современность», Краснодар, 2023.

**Результаты исследования** нашли отражение в 50 научных работах, среди которых 2 монографии, участие в 4 коллективных монографиях, 26 статей в научных журналах, входящих в Web of Science, а также российских рецензируемых научных изданиях, входящих в перечень ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации.

Общий объем публикаций 58 п. л. Публикации соответствуют заявленной теме исследования и отражают основное содержание работы.

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и источников. В первой главе «Теоретико-методологические основания исследования СМИ в период трансформации общества» рассматривается проблема трансформации современного российского общества, описано понятие кризиса идентичности с выявлением характеристик идентичности, представлена крымская национальная идентичность сквозь призму региональных СМИ, выполняющих консолидирующую функцию в сложной политической ситуации. Во второй главе «Печатные СМИ как актуализирующий вид журналистики» исследуются такие проблемы современной периодики, как конкурентоспособность газетной журналистики, качество печатной прессы, региональная повестка как фактор успешного развития территориальной прессы. В третьей главе «Трансформация медиополя Республики Крым в новых социополитических условиях» рассматриваются вопросы формирования системы

СМИ Республики Крым, дискурс газетной периодики и ее основные микротемы в динамике (2014–2018 и 2019–2021 гг.). В заключении подведены итоги исследования и намечены дальнейшие перспективы.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснованы актуальность и новизна исследования, формулируются его цель и задачи, определена гипотеза, выдвигаются теоретические положения, выносимые на защиту, характеризуются теоретико-методологические принципы исследования, выявляется степень изученности обозначенной темы, мотивируется теоретическая и практическая значимость полученных результатов.

**Первая глава «Теоретико-методологические основания исследования СМИ в период трансформации общества»** включает шесть параграфов, чья проблематика отражена в названиях: «Особенности трансформации современного российского общества» (1.1), «Кризис идентичности как отражение процессов модификации в социальной системе» (1.2), «Крымская региональная идентичность как фактор консолидации крымского населения и основа интеграции в российскую действительность» (1.3), «Медийная природа идентичности» (1.4), «Трансформация концепции «Русский мир» в связи с позиционированием региональной идентичности» (1.5), «Актуализация консолидирующей роли медиа в трансформируемом обществе» (1.6).

В параграфе **1.1. «Особенности трансформации современного российского общества»** отмечено, что современные процессы в российском обществе, повлекшие за собой количественные и качественные изменения во всех сферах деятельности, обозначаются различными терминами: реформирование, модернизация, преобразования, модификация. В связи с тем, что изменения полностью разрушили все стороны государственного и общественного устройства, структуру общества, его ценностные ориентиры, вследствие чего не сохраняется типологическая идентичность общества, обозначено, что развитие российского общества осуществляется в условиях трансформации, которая характеризуется как процесс перехода в новое состояние путем разрушения старого.

Выявлены признаки, характерные для периода трансформации российского общества, которые доказывают, что в результате трансформации общества меняется его социетальный тип:

а) изменение форм общественного сознания и формирование новых моделей поведения индивидов;

б) изменение механизма освоения норм общественной жизни и культуры. Вместо процесса социализации, благодаря которой человек гармонично входил в социальную среду, потому что отождествлял себя с ней и усваивал систему ценностей, позволяющую ему успешно функционировать в качестве члена общества, внедряется процесс инкультурации; в соответствии с ним, человека уже обучают новым традициям и нормам поведения в той или иной культуре;

в) влияние демократических ориентиров на ценностные приоритеты российского народа, специфику и динамику национального характера;

г) социальное расслоение общества, приводящее к изменениям системы групповых интересов, социальных взаимодействий; социальное неравенство проявляется не только в поляризации богатства и бедности, в отсутствии доступа к образованию, рабочим местам, медицине, культурным и материальным ценностям, но и в отсутствии доступа к информации;

д) рост оппозиционных настроений и недоверия к власти за счет дезинтеграции российского населения и дистанцирования властных институтов;

е) углубление кризиса идентичности, который является отражением кардинальных преобразований в социальной системе.

В связи с дезинтеграцией социального пространства, которая проявляется в распаде или исчезновении общих социальных ценностей, общих норм и интересов и которая может привести к исчезновению нации, актуализируется проблема консолидации различных слоев общества.

Проблема самоопределения человека в кардинально меняющемся мире выдвигается в ранг основных научных тем, что влечет за собой и углубление интереса к идентичности в различных ее проявлениях, среди которых особое место занимает национальная идентичность. Эта проблематика рассмотрена в параграфе **1.2. «Кризис идентичности как отражение процессов модификации в социальной системе»**.

Идентичность является междисциплинарным понятием. Несмотря на то, что проявления идентичности разрабатываются во многих областях знаний, анализ дефиниций термина дает основание полагать, что при всех трактовках сохраняется общая сема, обозначающая

социальную и коммуникативную сущности понятия. Именно они, на наш взгляд, определяют идентичность как социально-научную категорию и обуславливают ее медийную природу.

Кризис идентичности порожден энтропийными свойствами современного общества (хаосом, нестабильностью, неустойчивостью), которые усугубляются влиянием средств массовой коммуникации, создающих виртуальную картину мира. Так как понятие «независимость СМИ» стало размытым ввиду коммерциализации, а информация — товаром, предложено ввести в активный научный оборот понятие информационной идентичности, отражающей соответствие конструируемой картины мира фактам, представлениям, категориям, идеям, образам, ценностям, доминирующим в обществе.

В параграфе **1.3. «Крымская региональная идентичность как фактор консолидации крымского населения и основа интеграции в российскую действительность»** крымская региональная идентичность трактуется в контексте поляризации украинского общества. Ее кризис не только явился следствием глобализации, но и был обусловлен политическими процессами: украинизацией образования, отрицанием позитивной роли российского и советского периодов в истории Украины и Крыма.

Крымская региональная идентичность, развивающаяся на протяжении более двух сотен лет и опирающаяся на единые базовые ценности с российской, стала фактором консолидации крымского населения и основой интеграции в российскую действительность. Присоединение Крыма к России предполагает генезис общих процессов, и прежде всего в социальной и медийной сферах, обусловленных сходствами идентичностей. С 2014 года крымская и российская идентичности находятся в состоянии коэволюции — совместного взаимообусловленного существования и развития. Во внимание берется и тот факт, что Крым — полиэтничный и поликонфессиональный регион, в нем взаимодействуют русский, крымскотатарский и украинский этносы.

В параграфе **1.4. «Медийная природа идентичности»** установлено, что средства массовой информации являются механизмом конструирования идентичности. Они не только создают и распространяют информацию, но и участвуют в формировании социальной реальности.

Социальная и коммуникативная сущность идентичности определяет ее медийную природу, так как процесс идентификации, при котором

происходит отождествление индивида с общностью, протекает в информационно-коммуникативной плоскости. Такой подход позволяет рассматривать идентичность как одну из ключевых проблем в теории массовых коммуникаций и разрабатывать медийные стратегии и информационную политику — от редакций до государства — в контексте аксиологических установок, составляющих основу национальной идентичности.

В качестве основы информационной политики современной России может быть взята концепция Русского мира, которая рассматривается в параграфе 1.5. **«Трансформация концепции «Русский мир» в связи с позиционированием региональной идентичности»**. На сегодняшний день концепция Русского мира все еще находится в развитии и вызывает значительный интерес научного сообщества. В параграфе представлена динамика изменений и этапы становления концепции. В нынешних условиях попытка расшатывания именно многонационального пространства России имеет все шансы стать основной технологией «коллективного Запада», в первую очередь как инструмента распространения своих ценностей, которые могут привести и к другим, более негативным последствиям. Можно прогнозировать в обозримой перспективе попытку внедрения понятия новой региональной идентичности в многонациональных регионах (давний тезис о «необходимости свободного развития культур коренных народов», их «угнетения, невнимания» со стороны государства и т. д.), к которым относится и Крым, особенно в условиях его стратегического значения и обстоятельствах специальной военной операции. В этом контексте концепция Русского мира имеет все шансы и возможности приобретения новых смыслов и содержания. Наступает политическая необходимость обращения ее внутрь страны, перехода от действия на внешнем направлении к работе внутри. Основные тезисы этого процесса можно сформулировать так:

– приоритетным становится поддержание и оформление образа Русского мира внутри России, его значения для разных региональных полиэтнических сообществ: мониторинг состояния межнациональных отношений в национальных регионах с наиболее сложной и разнообразной этнической палитрой с последующим формулированием концепции сбалансированной межнациональной политики с учетом и уважением региональной идентичности каждого региона;

– как оптимальный рабочий вариант этого процесса — позиционирование представителей разных культур и этносов в регионах как «россиян» в целом, но при этом «россиян-татар», «россиян — крымских татар», «россиян-башкир», «россиян-чеченцев», «россиян-якутов» и т. д.;

– укрепление связи общей России и региональных идентичностей, презентация единства страны через многообразие этнических и культурных идентичностей как ключевой ответ на концепцию «отдельного индивидуума» «коллективного Запада» (сингулярность личности, атомизация этнических и религиозных традиций и идентичностей, универсальность профессиональных, гендерных, социальных прав и интересов), которая ставит своим итогом отказ от региональной и этнической идентичности и растворение целых этносов в «глобальном мире».

В связи с этим необходим процесс формулировки нового наполнения универсальной идейно-ценностной концепции Русского мира, ее качественная трансформация, основанная на защите традиционных ценностей российского общества с учетом разнообразия региональных идентичностей.

Ключевую роль в процессе выработки новых направлений концепции Русского мира во внутрироссийском контексте должно играть информационное сообщество и средства массовой информации как непосредственные ретрансляторы смыслов и содержательных тезисов современности и будущего. Правдивая картина жизни страны, ее проблем, вызовов и возможности выработки новой общенациональной идентичности на основе конгломерата региональных идентичностей через системную работу СМИ будут способствовать обретению нового смысла и перспектив совершенствования универсальной концепции Русского мира.

В параграфе 1.6. «Актуализация консолидирующей роли медиа в трансформируемом обществе» доказывается мысль, что кризис российской идентичности в современных условиях во многом определяется внешними (социальными) факторами, один из которых — отсутствие четких стратегий, позволяющих СМИ выполнять свою консолидирующую роль в обществе. Современные отечественные средства массовой коммуникации культивируют новые стандарты и модели поведения, эксплуатирующие сферу бессознательного.

Между тем для отечественных СМИ всегда были важны духовные ориентиры, формирующиеся глубинным сознанием. Являясь самыми влиятельными факторами идентификации в современном обществе, отечественные массмедиа способствуют деформации и разрушению национальной (ментальной — по В. Д. Попову) идентичности, человеческой природы, нации, государства. Подменяя социокультурные основы и смещая границы идентификации, СМИ таким образом затрудняют самоопределение.

Вследствие этого главные функции журналистики подверглись существенной деформации, вплоть до подмены. Восприятие СМИ себя как индустрии, а не как общественного института привело к тому, что современные медиа начали строить свою деятельность на продаже услуги информирования. Так, предназначение журналистики стало заключаться не в служении во благо общества, а в «торговле новостями», обслуживании политических, финансовых, экономических интересов правящих или оппозиционных структур. В результате СМИ превратились в инструмент борьбы за влияние в обществе, за власть, передел собственности.

В связи с информатизацией постиндустриального общества требуется новая культура информационного управления. Благодаря управленческой функции (медийному менеджменту, выстроенному в соответствии с российской идентичностью) отечественная журналистика в период трансформации общества способна выполнять консолидирующую роль, содействуя формированию российской идентичности. Предоставляя трибуну для интегрирующего диалога, она способна снизить социальную напряженность в обществе, быть проводником и поборником идей сплочения общества, сохранения гражданского и национального согласия.

**Вторая глава «Печатные СМИ как актуализирующий вид журналистики»** включает такие разделы, как «Конкурентоспособность газетной журналистики в современных условиях» (2.1), «Категория качества как главный показатель печатной прессы» (2.2), «Концепция качества печатной прессы как типа СМИ» (2.3), «Региональная повестка как фактор успешного развития территориальной прессы» (2.4).

Тема развития прессы, ее жизнеспособность на информационном рынке продолжительное время является актуальной для российских и зарубежных исследователей.



В параграфе 2.1 «Конкурентоспособность газетной журналистики в современных условиях» конкурентоспособность печатных СМИ — как общероссийских, так и региональных — подтверждается статистическими данными и реалиями, которые показывают стабилизацию рынка прессы после его падения на фоне новых медиа, бурно развивающихся в период трансформации.

На основании проведенного теоретического и практического анализа выявлены следующие особенности и закономерности функционирования печатных СМИ, позволяющие им быть востребованными читательской аудиторией, а также тенденции, благодаря которым они будут оставаться привлекательными для своих сегментов.

Поводом для дискуссии о невостребованности печатных СМИ послужило широко распространенное мнение, что «газета как новостной продукт теряет»<sup>21</sup> свою актуальность. Причин для такого утверждения немало:

- неоперативность в доставке информации;
- падение читательской культуры;
- удорожание производства, вызванное ростом цен на бумагу, типографские материалы и услуги, подписные тарифы и др.;
- сокращение числа точек продажи прессы, что делает ее менее доступной для потенциального покупателя;
- законодательные ограничения на рекламу отдельных товаров и услуг и иностранного капитала в бизнесе российских СМИ;
- отсутствие государственной поддержки;
- увеличение в контенте региональных СМИ доли материалов пиаризованного формата за счет договоров на информационное обеспечение деятельности местной власти.

В то же время анализ официальных отчетов и докладов, содержащих сведения о состоянии российской печати, показывает:

- традиционная периодика по-прежнему востребована среди всех социальных групп;
- печатная пресса остается одним из наиболее востребованных источников информации на региональном уровне.

К факторам, которые делают печатные СМИ привлекательными для читательской аудитории, мы относим:

---

21 Шкондин М. В. Печать в условиях трансформации медиасистемы // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. — 2013. — № 6. — С. 42.

– рост недоверия пользователей к информации, размещенной в интернете и социальных сетях, неприятие контента телепередач, не учитывающих национальную ментальность, недовольство бессодержательностью телевизионного продукта, ориентированного на низкий культурный уровень,

– и наоборот, рост интереса к качественному контенту в традиционных СМИ; читательская потребность в аналитике.

Печатные отечественные СМИ приобретают особенности, аналогичные тем, которые характеризуют прессу в большинстве стран мира:

– читательская аудитория диктует свои требования и сама решает, какое СМИ ей выбрать;

– печатные СМИ стараются совпасть с интересами конкретной аудитории.

Развитие печатных СМИ в России имеет стратегический характер, так как:

– население страны отличается низким уровнем медиаграмотности, поэтому склонно доверять фейковой (зачастую получаемой из интернет-источников), а не достоверной информации, распространяемой печатными СМИ. В результате фейковая информация становится средством управления в российском обществе и может привести к дестабилизации политической, социальной и экономической обстановки и представлять угрозу информационной безопасности России;

– сокращение печатной периодики негативно сказывается на сохранении традиционных духовно-нравственных и культурных ценностей и препятствует становлению информационного общества, так как мнение значительной части его представителей остается неуслышанным.

Современное общество не устраивает функционирование медиасистемы и тот результат, который она дает, поэтому российская качественная печатная пресса имеет все шансы на существование и может стать по-настоящему социально-ответственной прессой, помогающей формировать адекватное отношение к событиям, определять приоритеты, противостоять манипуляции и фейковым сообщениям. Газета имеет преимущество перед электронными СМИ в глубине анализа, так как перестала гнаться за оперативностью, сосредоточившись на функции ориентирования.

Причина востребованности в качественных СМИ объясняется их консолидирующей силой. Именно они являются оптимальной диа-

логовой площадкой для представителей подчас конфронтационных позиций, при этом обязательно привлекая к обсуждению независимых и авторитетных экспертов.

В параграфе **2.2. «Категория качества как главный показатель печатной прессы»** исследовано понятие качества прессы в контексте концепции всеобщего качества (Total Quality Management, TQM). При этом сделан вывод, что понятие качества периодики должно быть адаптировано к современным российским условиям и учитывать российскую ментальность и экономико-политические условия.

Когда речь идет о качестве издания, в поле зрения следует держать не только текст как конечный продукт: он всего лишь — один из компонентов в производстве печатной продукции. Качество издания необходимо рассматривать на соответствие предъявляемым требованиям на всех уровнях создания и тиражирования информации.

Одна из задач, которая стоит сегодня перед российской журналистикой, — найти форматы, соответствующие стилистике качественных СМИ. Этой проблеме посвящен параграф **2.3. «Концепция качественности печатной прессы как типа СМИ»**. В рамках модели социальной ответственности функционирования СМИ актуален концептуально новый подход к изучению изданий, претендующих считаться качественными. Под качеством печатного СМИ предлагается понимать совокупность всех факторов создания контента: надежность источников информации, достоверность фактов и их соответствие реалиям, подача информации с учетом национальной идентичности, язык, дизайн, профессионализм и компетентность журналиста, управленческая и информационная политика и т. д., которые позволяют печатным СМИ выполнять свои профессиональные и социальные функции.

Российская читательская аудитория тяготеет к аналитике, а качественные издания, отличающиеся конструктивной (полезной) информацией, способны обеспечить данный спрос.

Основными типологическими характеристиками качественной прессы являются: объединяющая роль на базе традиционной ценностной парадигмы; представленность контента информационно-аналитическими и художественно-публицистическими жанрами; широкая читательская аудитория; наличие высокопрофессиональной редакции, члены которой соблюдают принципы журналистской этики, имеют высокий уровень профессиональной ответственности.

В параграфе **2.4. «Региональная повестка как фактор успешного развития территориальной прессы»** установлено, что региональная пресса приобретает в период трансформации общества новое значение и может рассматриваться как: основной носитель локальной информации в регионе, инструмент влияния, стратегический ресурс развития территории, коммуникативная площадка для диалога общества и власти.

Эффективность функционирования региональных СМИ зависит от способности журналистов принимать во внимание национальные и культурные характеристики аудитории, строить редакционную политику с учетом ментальности потенциальной аудитории издания.

Определяющим условием конкурентоспособности территориальной прессы является региональная повестка. Одним из основных факторов успешного существования местной прессы является соответствие повестки реальной действительности, отклик на все сколько-нибудь значимые события, соответствие запросам читательской аудитории.

Ренессанс региональных газет и журналов напрямую связан с традиционными ценностными ориентирами и региональной идентичностью.

Сегодня, когда СМИ Крыма и Севастополя находятся в процессе интеграции в российское информационное пространство, особенно важно минимизировать идентификационные противоречия, помочь обществу осознать себя единой целостностью с общей историей, исторической памятью, единой системой базовых ценностей.

В третьей главе **«Трансформация медиаполя Республики Крым в новых социополитических условиях»** рассматриваются такие вопросы, как «Динамика регистрации печатных СМИ Республики Крым» (3.1), «Формирование системы СМИ города федерального значения Севастополя» (3.2), «Феномен дискурса СМИ Республики Крым и Севастополя» (3.3), «Микротемы как актуализаторы политических событий в печатных изданиях Республики Крым» (3.4), «Отражение процесса интеграции в российское медиапространство в дискурсе крымских СМИ в 2019–2021 гг.» (3.5).

Региональный дискурс СМИ не обделен вниманием ученых. Но наибольший интерес на фоне такого исторического события, как присоединение Крыма к России в 2014 году, конечно же, представляет медиасистема полуострова. В частности, ее адаптация к условиям функционирования в информационном поле России.

Типологический подход, используемый для анализа количественных и качественных изменений развития печатных СМИ Крыма на рубеже «в преддверии Крымской весны и после», позволил выявить ряд конверсионных признаков, характеризующих новый этап в развитии крымских медиа, дискурс-анализ подтвердил значимость изменений на лингвосоциальном уровне.

В параграфе **3.1. «Динамика регистрации печатных СМИ Республики Крым»** было зафиксировано количество и структура печатных СМИ полуострова к моменту вхождения Республики в состав Российской Федерации, выявлены примеры медийного сквоттинга, прослежены изменения в медиасистеме.

В тематическом плане за период до 2014 года из 229 печатных СМИ почти 40% — это общественно-политические издания. Такой высокий процент по сравнению с изданиями иной направленности свидетельствует о востребованности в обществе политического контента. 72% печатных СМИ полуострова издавались на русском языке. Это доказывает тот факт, что специфика идентичности граждан, проживающих на полуострове, проявляющаяся в формуле «Мы — крымчане» независимо от национальной принадлежности индивидов, в значительной степени обусловлена ролью русского языка как интегративного поля коммуникации совместно проживающих представителей разных культур. Печатная периодика Крыма была представлена газетами — 87% от общего количества печатных СМИ, журналами — 10%, другими изданиями — 3%.

После присоединения Крыма к России произошли следующие изменения: прекратили существование СМИ, не прошедшие перерегистрацию по российскому законодательству до 1 апреля 2015 года; в исследуемый период на медиарынок Крыма пришли массовые общероссийские СМИ, среди них и впервые вышедшие на медиарынок полуострова; прекратили на территории Крыма свое существование общеукраинские издания и проукраинские СМИ; по состоянию на 2018 год зарегистрировано 272 печатных СМИ; печатные СМИ Крыма активно используют возможности Интернета — у них появились собственные сайты и страницы в социальных сетях.

В параграфе **3.2. «Формирование системы СМИ города федерального значения Севастополя»** продемонстрирована синхронность процессов изменения медиасистемы Севастополя и Республики

Крым как двух субъектов, обладающих сходной (но не тождественной) региональной идентичностью. Помимо общих признаков, связанных с изменением законодательства, СМИ Севастополя имеют свои характерные особенности: по состоянию на 2018 год зарегистрировано 38 печатных СМИ, из которых фактически издавались 27; десять изданий вели свои сайты (с архивами); еще десять газет располагали цифровыми архивами, не имея при этом официальных сайтов; зарегистрировано шесть рекламных, пять информационно-рекламных, по четыре — информационно-развлекательных и информационно-аналитических, два общественно-политических, по одному — политическому, культурно-просветительскому, справочному, просветительскому, информационному и военно-патриотическому фактически издающемуся печатному изданию; их них только два издания на период исследования имели в качестве учредителя государственные органы или политическую партию.

В параграфе **3.3. «Феномен дискурса СМИ Республики Крым и Севастополя»** востребованность крымских печатных СМИ читательской аудиторией объясняется их ориентацией на разные виды идентификации адресата: с помощью комплекса тем и проблем, поднимаемых в разных изданиях и разных жанровых манифестациях; стилистических средств, отсылающих к языковой картине мира адресата; выбора и компоновки оценочных средств и др.

Как показало исследование, наиболее востребованными медийными векторами идентификации адресата в крымских СМИ оказываются: связь с территорией — Крымом, связь большой родиной — Россией, преобразовательная деятельность представителей власти.

Печатные СМИ Республики Крым фокусируют внимание аудитории на общей ментальности с привлечением географических, исторических, культурных и личностных факторов. Активное формирование крымской идентичности происходит на основе идей Русского мира как объединяющего фактора. Медиаконструирование крымской идентичности способствует консолидации жителей полуострова.

Параграф **3.4. «Микротемы как актуализаторы политических событий в печатных изданиях Республики Крым»** содержит результаты контент-анализа публикаций трех ведущих общественно-политических газет: «Крымская правда», «Крымская газета» и «Крымские известия» за период с 2013 по 2015 год. Были выделены микротемы —

актуализаторы главных политических событий в печатных изданиях Республики Крым. Они определяют содержание публикаций, работу с фактами: их отбор, подачу и интерпретацию в соответствии с медийными векторами идентификации.

Нами выявлены следующие главные микротемы, характеризующие дискурсивное поле крымских изданий до присоединения Крыма и после: «Украина на международной арене», «Правовой статус Крыма», «Языковая проблема».

В рамках данных микротем прослеживается редакционная политика изданий до 2014 года, в первую очередь на основе отношения к России. С одной стороны, продвижение европейских ценностей, формирование образа Украины как успешного государства, призывы отказаться от советского прошлого, Крым представлен как область Украины. С другой — подчеркивание уникальности Крыма, близости его российской истории и ценностям русского народа, утверждение, что создание на Украине государства нации, враждебного России, — путь в никуда, что Украина — неблагополучный сосед Крыма.

Также в рамках каждой микротемы определены лингвистические и экстралингвистические средства воздействия на читателя.

Анализ эволюции выявленных микротем после 2014 года показал, что коммуникативное поле медиасреды полуострова определяется идентификационными установками и ожиданиями общества поступательного развития Крыма вместе с Россией.

Активное интегрирование и связанная с ним трансформация проходили с 2014 по 2018 год.

В параграфе **3.5. «Отражение процесса интеграции в российское медиапространство в дискурсе крымских СМИ в 2019–2021 гг.»** представлены результаты контент-анализа за обозначенный период.

Помимо микротем «Украина на международной арене», «Правовой статус Крыма», «Языковая проблема» значимыми также стали микротемы «Работа крымских депутатов и чиновников», «Крымский мост», «Поправки в Конституцию РФ», «75-летие Великой Победы».

В период с 2019 по 2021 год мы видим практически полную интеграцию крымских печатных СМИ в российское медиапространство.

Мониторинг СМИ полуострова показывает, что, вливаясь в информационное пространство России, СМИ Крыма, тем не менее, сохраняют свою специфику, которая наиболее полно, по нашему мнению, прояв-



ляется в печатной периодике и отражается в тематике, способах подачи информации и интерпретации общественно значимых событий. Благодаря этому крымская печатная пресса остается основной площадкой для обсуждения местной повестки при постоянном общероссийском векторе.

**В заключении** подведены итоги исследования. Трансформационные процессы конца XX — начала XXI века, захватившие все пространство бывшего СССР, особенно сильно сказались на тех оторванных от России областях, где большинство составляло русское население. Одним из таких регионов стал Крым, претерпевший помимо общего для всего постсоветского пространства кризиса политической, гражданской, социальной идентичности еще и воздействие на национальную идентичность со стороны Украины, что наиболее активно проявлялось в сфере образования и в сфере массовых коммуникаций. Тем не менее, через почти десять лет, прошедших с момента воссоединения Крыма с Россией, можно говорить об успешной интеграции полуострова в российскую действительность, что объясняется как общностью исторического прошлого, так и системой общих интересов и ценностных ориентиров. Значительную роль в процессе интеграции сыграли печатные СМИ Крымского полуострова.

Проведенное исследование дает теоретическое обоснование и демонстрирует практическую реализацию трансформационного потенциала печатных средств массовой информации в процессе изменения информационной парадигмы.

Подобные изменения всегда связаны с общественно-политической трансформацией и кризисом идентичности. В связи с интердисциплинарностью избранного подхода был проведен анализ различных теорий, представленных в трудах российских и зарубежных ученых, который позволил дать системное описание кризиса российской идентичности.

Преодоление кризиса невозможно без нахождения объединяющей идеи, ею, на наш взгляд, стала концепция Русского мира. В результате анализа этапов ее становления и динамики основных подходов была обоснована необходимость изменения концепции в контексте событий 2014 и 2022 года с учетом двух векторов — традиционных ценностей российского общества и многообразия этнических и культурных идентичностей. Ретранслятором концепции должны выступить средства массовой информации, обеспечивая соответствие конструируемой картины мира фактам, образам, ценностям, доминирующим в обществе.

При этом значимыми для исследования стали работы, посвященные кризисным явлениям в журналистике. На основании их изучения было сделано обобщение, что одним из ключевых факторов кризиса является отсутствие у российских СМИ стратегии консолидации общества, и доказано, что именно это влечет за собой остальные кризисные процессы, включая такой фундаментальный, как трансформация функций журналистики. Отчасти этот пробел восполняет региональная пресса, консолидирующая направленность которой, однако, ограничивается лишь региональным/этническим сообществом.

В связи с обозначенной в диссертации научной дискуссией о перспективах развития печатных СМИ в ходе проведенного анализа отраслевых докладов Роспечати и Минцифры выявлено, что зафиксированное падение общего спроса на печатные СМИ не снижает их значения в медиaprостранстве.

Обосновано, что необходимость развития качественного сегмента печатных СМИ в России имеет стратегический характер: именно качественная пресса обладает высокой степенью достоверности и глубиной анализа, что позволяет повысить устойчивость сознания массовой аудитории к фейковой информации и манипуляции; способность качественных изданий становится диалоговой площадкой ограничивает возможность дестабилизации общества. Эти же особенности обеспечивают и конкурентоспособность качественной прессы, в особенности при сочетании с современными информационными технологиями. Таким образом, качественная пресса может уверенно выполнять объединительную роль на базе традиционных ценностей.

Установлено, что региональная пресса в условиях трансформации сохраняет свое влияние благодаря региональной повестке, отвечающей интересам и запросам аудитории. Активное влияние на формирование этой повестки оказывает политическая ситуация, сложившаяся в регионе, социальный и экономический сегменты, артикулирование общих ценностей и рассмотрение общих проблем. Несомненно важным оказывается и поддержание традиционных для региона ценностей, обусловленных национальной и исторической спецификой. Для СМИ Крыма и Севастополя, а также в перспективе новых регионов важнейшим условием успешной интеграции является наличие общей идентичности и минимизация идентификационных противоречий.

Подтверждена гипотеза о том, что основные тенденции трансформации информационного пространства полуострова могут быть выявлены и описаны с помощью типологического подхода и дискурс-анализа.

До воссоединения Крыма с Россией медиасистема полуострова насчитывала 2662 печатных издания; нами было выявлено, что фактически издавалось лишь 229, что является практически беспрецедентным по масштабам примером медийного сквоттинга. Регистрация и прекращение деятельности большинства изданий приходились на 2011–2012 год и, как мы полагаем, были связаны с выборами в Верховную Раду Украины. Тем не менее, и в этот период большинство изданий (72%) выходило на русском языке, что подтверждает устойчивую соотнесенность крымской идентичности с русским языком как основой коммуникации. 17% изданий характеризовались украинско-русским двуязычием, 8% выходили на крымскотатарском языке (включая дву- и трехязычие); англоязычные, немецкоязычные публикации и материалы на языках малочисленных народов Крыма (кроме немцев) представлены в 1% изданий.

Продемонстрировано, что основные изменения в медиасистеме, произошедшие с 2014 года, были обусловлены уходом из медиапространства Крыма общеукраинских и проукраинских СМИ, на смену которым пришли общероссийские издания. Устойчивой группой являются издания на крымскотатарском языке. В целом же распределение СМИ по языку издания не претерпело существенных изменений.

Показано, что наиболее отчетливо трансформационный потенциал проявляется в дискурсе общественно-политических печатных изданий полуострова, в котором происходит процесс «перевода» политической событийности в смысловое поле как на лингвистическом, так и на экстралингвистическом уровне.

Установлено, что, исходя из коммуникативных позиций адресата и адресанта, наиболее востребованными медийными векторами идентификации адресата в крымских СМИ оказываются связь с территорией — Крымом, связь большой родиной — Россией, преобразовательная деятельность представителей власти. Смысловой комплекс «медийный вектор идентификации адресата» был дефинирован как «указание на значение (смысл), позволяющее устанавливать совпадение (несовпадение) в восприятии ключевых понятий (смысловых идентификаторов)».

Итогом проведенного контент-анализа ведущих печатных изданий Крыма: «Крымская правда», «Крымская газета» и «Крымские известия» — стало выявление значимых микротем. Понятие микротемы было введено в научный оборот в качестве обозначения развития в СМИ одной из тем, которая является наиболее актуальной для определенного периода и определенной территории и которая подается, разрабатывается, интерпретируется в соответствии с идентификационными установками (целями) и ожиданиями самого общества; в микротеме заложены признаки идентификации, она способна актуализировать в сознании массовой аудитории те или иные события, придавая им первостепенное значение.

Таковыми микротемами для всего периода мониторинга стали: «Украина на международной арене», «Правовой статус Крыма», «Языковая проблема», но с разными векторами, при этом российский вектор присутствовал в исследованных СМИ и до 2014 года. После воссоединения Крыма с Российской Федерацией добавилась микротема «Работа крымских депутатов и чиновников», которая отчасти пересекается с микротемой «Незаконное строительство», объединив региональный и российский векторы. Таким образом, установлена значимая корреляция между динамикой микротем и медийными векторами идентификации.

Выявлено, что период с 2019 по 2021 год стал переходным от интегрирования к интеграции медиaprостранства Крыма в российское, что проявилось в следующих микротемах: «Крымский мост», «Поправки в Конституцию», «75-летие Великой Победы». Микротема «Крымский мост» особенно ярко представлена в 2019 году в процессе освещения завершения строительства железнодорожной ветки, но поддерживалась и в следующие два года, став символом интеграции, объединив географический, политический, экономический и культурный смыслы. Микротема «75-летие Великой Победы» обозначила единство жителей полуострова с россиянами на уровне личной сопричастности историческим событиям.

Определены способы использования языка для конструирования социальной данности, куда входят лингвистические (использование коннотативной лексики, понятий-идентификаторов — мир, стабильность, добрососедство, государственность и др., — стилистических приемов (ирония, гипербола) и фигур (антитеза, риторические вопро-

сы, восклицания) и экстралингвистические средства воздействия на читателя (апеллирование к мнению лидеров общественного мнения, обращение к историческому контексту, аналогия и т.п.). Концептуализация действительности в крымской периодике происходит в соответствии с изменением реалий в двух направлениях — как отражение трансформационных процессов и как их актуализация в сознании массовой аудитории.

Таким образом, положения исследования доказаны, а их реализация, на взгляд автора, может внести вклад в адаптацию информационного пространства новых регионов и его интеграцию в российское медиаполе.

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

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:**

**Монографии**

1. Егорова Л. Г. Имиджевый текст как феномен современного информационного пространства: научная монография. — Симферополь, ИП Корниенко А. А., 2016. — 206 с. — 12,8 п. л.
2. Егорова Л. Г. Специфика презентации регионального имиджа: крымское измерение: глава в коллективной монографии // Современная картина мира: крымский контекст: коллективная монография. Кн. 1. / Т. В. Аржанцева, Г. Ю. Богданович, С. С. Дикарева и др.; [под ред. Г. Ю. Богданович]. — Симферополь: ИТ «Ариал», 2017. — С. 193–213. — 1,22 п. л.
3. Егорова Л. Г. Массовые печатные издания региона: специфика функционирования (на примере газеты «Московский комсомолец в Крыму»): Современная картина мира: крымский контекст: коллективная монография. Кн. 2 / Т. В. Аржанцева, Е. Л. Ачилова, Г. Ю. Богданович, С. С. Дикарева и др.; [под ред. Г. Ю. Богданович]. — Симферополь ИТ «АРИАЛ», 2018. — С. 233–248. — 0,93 п. л.
4. Егорова Л. Г. Медиадискурс современного культурного пространства региона (на примере дискурса печатных СМИ Республики Крым): Современная картина мира: крымский контекст: коллективная монография. Кн. 3. / Т. В. Аржанцева, Е. Л. Ачилова, Г. Ю. Богданович, С. С. Дикарева и др.; [под ред. Г. Ю. Богданович]. — Симферополь: Издательский дом КФУ, 2020. — С. 61–84. — 1,34 п. л.
5. Егорова Л. Г. Региональный медиадискурс Республики Крым в новых социально-политических условиях (на материале печатных СМИ): глава в коллективной монографии // Медиаобраз региона в современной массовой коммуникации: монография / [научный редактор Е. Н. Ильина]; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Вологодский государственный университет. — Вологда: ВоГУ, 2022. — 329 с. — С. 87–94. — 0,41 п. л.
6. Егорова Л. Г. Пространство печатных СМИ Республики Крым в 2014–2018 гг.: научная монография. — Симферополь: ИП Хотеева Л. В., 2023. — 282 с. — 16,39 п. л.

## **Публикации в рецензируемых научных изданиях, индексируемых в международной системе Web of Science**

7. Егорова Л. Г. Специфика современного регионального дискурса СМИ (на примере печатной прессы Республики Крым // Вопросы теории и практики журналистики. Научный журнал Т. 7, № 4. — Иркутск, 2018. — С. 615–628. — 1,05 п.л.
8. Егорова Л. Г. Формирование пространства печатных медиа Севастополя в новых условиях // Научный диалог. № 7. — Екатеринбург, 2018. — С. 114–124. — 0,89 п.л.
9. Егорова Л. Г. Трансформация рынка печатных СМИ Республики Крым нового времени // Гуманитарный вектор. Том 13, № 5. — Чита, 2018. — С. 62–69. — 0,93 п.л.
10. Егорова Л. Г. Крымская идентичность в медийной картине мира // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 2. — С. 373–387. — 1,1 п.л.
11. Егорова Л. Г. Жанрово-тематические особенности дискурса СМИ Республики Крым // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 2. — С. 335–346. — 0,88 п.л.

## **Публикации в рецензируемых научных изданиях, входящих в перечень ВАК при Минобрнауки России**

12. Егорова Л. Г. Медиатекст — имиджевый текст: специфика функционирования в пространстве массовых коммуникаций // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». Том 26 (65) № 1. — Симферополь: ТНУ, 2013. — С. 356–363. — 0,4 п.л.
13. Егорова Л. Г., Чумичева М. А. Печатные СМИ Крыма: разработка медиапрезентации // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации» Том 26 (65) № 3. — Симферополь: ТНУ, 2013. — С. 110–120. — 0,57 п.л.
14. Богданович Г. Ю., Егорова Л. Г., Иванова И. И. Роль коммунальных газет в информационном пространстве Крыма // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». — 2014. — Том 27 (66). № 1. Ч. 1 — Симферополь: ТНУ, 2014. — С. 287–296. — 0,24 п.л.



15. Егорова Л. Г. Инфографика в региональных печатных изданиях (на материале газеты «Крымские известия») // ЗНАК проблемное поле медиаобразования: научный журнал. Челябинск, 2018. № 4 (30).— С. 112–118.— 0,81 п. л.
16. Егорова Л. Г. Особенности презентации имиджа Республики Крым в местных СМИ (2015–2017) // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки Выпуск 114. № 10 (420) 2018.— С. 104–109.— 0, 43 п. л.
17. Егорова Л. Г. Печатные издания Севастополя нового времени: социокультурная и жанрово-тематическая специфика // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки.— 2018.— Т. 37, № 4.— С. 590–598.— 0,73 п. л.
18. Егорова Л. Г. Приемы речевого воздействия в современном региональном медиадискурсе // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. Вып. 43.— Н. Новгород: НГЛУ, 2018.— С. 30–38.— 0,56 п. л.
19. Егорова Л. Г. Средства создания иронического и сатирического эффекта в региональных массмедийных текстах // Казанская наука. № 7, 2018.— Казань: Изд-во Казанский Издательский Дом, 2018.— С. 12–16.— 0,58 п. л.
20. Егорова Л. Г. Медиаобраз республики Крым на рубеже 2013–2014 гг. // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2018. Октябрь–декабрь.— С. 118–120.— 0,25 п. л.
21. Егорова Л. Г. Современный региональный дискурс СМИ: тема культуры на страницах изданий Республики Крым // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры.— Екатеринбург, 2019.— Т. 25, № 1.— С. 30–37.— 0,57 п. л.
22. Егорова Л. Г. Трансформация медиаполя Республики Крым в новых социополитических условиях // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. Том 5 (71). № 1.— Симферополь, 2019.— С. 25–41.— 1,38 п. л.
23. Егорова Л. Г. Адресант и адресат в региональном медиадискурсе // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. Том 5 (71). № 2.— Симферополь, 2019.— С. 192–200.— 0,73 п. л.

24. Егорова Л. Г. Тема экологии на страницах издания «Крымская правда» // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. Том 5 (71). № 3. — Симферополь, 2019. — С. 100–110. — 0,89 п. л.
25. Егорова Л. Г. Место коммунальных печатных изданий в структуре медиaproстранства Крыма // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. — Том 24 № 1 (2019). — С. 117–127. — 0,89 п. л.
26. Егорова Л. Г., Цилимецкая К. А. Тематическое и жанровое своеобразие программ региональных телеканалов (на примере г. Севастополя) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. Том 6 (72). № 3. — Симферополь, 2020. — С. 221–240. — 1,38 п. л.
27. Егорова Л. Г., Колесникова О. А. Способы повышения эффективности информационного вещания муниципальной региональной телекомпании // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. Том 6 (72). № 4. — Симферополь, 2020. — С. 197–212. — 1,2 п. л.
28. Егорова Л. Г. Влияние медиадискурса на формирование региональной идентичности // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. Том 7 (73). № 1. — Симферополь, 2021. — С. 165–173. — 0,73 п. л.
29. Егорова Л. Г. Роль региональных СМИ в становлении гражданского общества (на примере информационного сопровождения проектов инициативного бюджетирования) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. Том 7 (73). № 2. — Симферополь, 2021. — С. 185–194. — 0,73 п. л.
30. Егорова Л. Г. Влияние социально ориентированных проектов на продвижение имиджа региона // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. Том 7 (73). № 4. — Симферополь, 2021. — С. 156–168. — 1,0 п. л.
31. Егорова Л. Г., Кропотова Н. В., Сурган М. А. Специфика формирования регионального бренда: на примере реализации практик инициативного бюджетирования в Республике Крым // Знак: проблемное поле медиаобразования. Научный журнал. — № 1 (43) 2022. — С. 105–115. — 0,27 п. л.

32. Егорова Л. Г., Сурган М. А. Роль региональных СМИ в вовлечении граждан в принятие бюджетных решений (на примере программы инициативного бюджетирования в Республике Крым) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. Том 8 (74). № 4. — Симферополь, 2022. — С. 121–129. — 0,36 п. л.

### **Публикации в сборниках научных трудов и материалах международных конференций**

33. Егорова Л. Г. Характеристика пространства печатных СМИ Крыма // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации: материалы Международной научно-практической конференции (17–18 сентября 2015 г.); часть 2 / редкол.: А. Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВПО РГУПС. — 298 с. — С. 88–96. — 0,56 п. л.

34. Егорова Л. Г., Ладинская А. А. Трансформация медиапространства Республики Крым в 2014–2015 годах // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. Филологические науки. Том 1 (67) № 4. — Симферополь, 2015. — С. 23–31. — 0,57 п. л.

35. Егорова Л. Г. Трансформация печатных СМИ Республики Крым в новых социополитических условиях (2014–2015 гг.) // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения: матер. 57-го междунар. форума (19–20 апреля 2018 г.) / отв. ред. В. В. Васильева. 2018. № 2. В 2-х томах. Т. 2. — СПб.: Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2018. — 356 с. — С. 143–145. — 0,24 п. л.

36. Егорова Л. Г., Бизик А. А. Туристический медиаобраз региона: особенности презентации (на материале «Крымская газета» и «La Provence») // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации: материалы Шестой Международной научно-практической конференции (13–14 сентября 2018 г.): в 2 ч. / редкол.: А. Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО РГУПС, 2018. — Ч. 1. — С. 192–199. — 0,38 п. л.

37. Егорова Л. Г. Крымский региональный дискурс СМИ: жанрово-тематическая специфика // Сборник материалов международной практической конференции «Журналистика 2018. Творчество. Профессия. Индустрия». — Москва: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2019. — С. 290–291. — 0,13 п. л.

38. Егорова Л. Г. Тема культуры в региональном медиадискурсе // Дискурсология и медиакритика современных СМИ: сборник научных трудов по материалам конференции. 2–4 октября 2019 г. / Научн. ред. А. В. Полонский, С. В. Ушакова, С. М. Нарожная. — Белгород: ПОЛИТЕРРА, 2019. — 402 с. — С. 264–270. — 0,47 п. л.
39. Егорова Л. Г. Трансляция крымской идентичности региональными СМИ // Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций» (к 65-летию почетного президента Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России, профессора А. В. Федорова): мат. междунаро. науч. конф. — Ростов н/Д. — Таганрог: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2019. — электрон., сетевое изд. — 278 с. — С. 72–76. — 0, 25 п. л.
40. Егорова Л. Г. Роль крымских СМИ в формировании нравственно-культурных ценностей регионального социума // Материалы Международного научного форума «Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://smif.spbu.ru/about/tezisy-2020.html?layout=edit&id=56>. — 0,2 п. л.
41. Егорова Л. Г. Тема туризма на страницах региональной прессы // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации: материалы Седьмой Международной научно-практической конференции (12–13 сентября 2019 г.): в 2 ч. Ч. 1 / редкол.: А. Н. Гуда (пред.) [и др.]; ФГБОУ ВО РГУПС. — 348 с. — С. 108–116. — 0,56 п. л.
42. Егорова Л. Г., Балла К. В. Русскоязычные СМИ в культуре диаспор (на примере медиа Китая) // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации: материалы 7 Международной научно-практической конференции (12–13 сентября 2019 г.): в 2 ч. Ч. 1; ФГБОУ ВО РГУПС. — 348 с. — С. 116–124. — 0,38 п. л.
43. Егорова Л. Г. Региональная картина мира: крымское измерение // Сборник материалов международной практической конференции «Журналистика 2019. Творчество. Профессия. Индустрия». — Москва: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2020. — С. 84–85. — 0,12 п. л.
44. Егорова Л. Г., Сурган М. А. Региональная идентичность как фактор брендинга территории (на примере Республики Крым) // Брендинг как коммуникативная технология XXI века: Материалы VI Международной научно-практической конференции (27 февраля-24 апреля 2020 г.) / под ред. А. Д. Кривоносова. — 2020. — С. 134–136. — 0,06 п. л.

45. Егорова Л. Г. К вопросу об определении основных характеристик имиджевого текста // Российская школа связей с общественностью: альманах. Вып. 16. — М., 2020. — 176 с. — С. 48–61. — 0,6 п. л.
46. Егорова Л. Г. Феномен региональной идентичности в современном медиапространстве (на примере Республики Крым) // MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность»: материалы V Международной научной конференции (Челябинск, 24–25 ноября 2020 года): Часть 2 / под ред. А. А. Морозовой: Челябинский государственный университет. — Челябинск: Изд-во Челябинского государственного университета, 2020. — 428 с. — С. 233–237. — 0,23 п. л.
47. Егорова Л. Г. Категория «имидж» сквозь призму лингвосемантики // Российская пиарология: тренды и драйверы. Сборник научных трудов в честь профессора А. Д. Кривоносова. Под редакцией Е. Ю. Кармаловой, К. В. Киуру. — Санкт-Петербург, 2021. — С. 42–44. — 0,17 п. л.
48. Егорова Л. Г. Роль крымских СМИ в формировании нравственно-культурных ценностей регионального социума // Материалы Международного научного форума «Медиа в современном мире. 60-е Петербургские чтения» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://smif.spbu.ru/about/tezisy-2020.html?layout=edit&id=56> (дата обращения 20.05.2020). — 0,2 п. л.
49. Егорова Л. Г. Информационная повестка дня в общественно-политических изданиях Республики Крым // Сборник материалов международной практической конференции «Журналистика 2020. Творчество. Профессия. Индустрия». — Москва: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2021. — С. 190–191. — 0,07 п. л.
50. Егорова Л. Г., Сурган М. А. Использование СМИ и соцсетей в информационной кампании по инициативному бюджетированию (на примере Республики Крым) // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Материалы IX Международной научно-практической конференции. — Ростов-на-Дону, 2021. — С. 36–42. — 0,25 п. л.

**ЕГОРОВА Людмила Геннадьевна**

**ТРАНСФОРМАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ  
КАЧЕСТВЕННОЙ ПЕРИОДИКИ КРЫМА  
В КОНТЕКСТЕ СМЕНЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПА-  
РАДИГМЫ  
(2014–2021)**

**Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
доктора филологических наук**

Формат 60×84 1/16.

Печать цифровая. Бумага Maestro.

Усл. печ. л. 2,09. Тираж 100 экз.

Тираж изготовлен в типографии ИП Хотеева Л. В.

с оригинал-макета заказчика.

295015, Республика Крым, г. Симферополь, пер. Учебный, д. 8.

Тел.: +7(978)8342579.