

DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.70.21>**РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ: СТРУКТУРНЫЕ И СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ)**

Научная статья

Есин И.Р.^{1,*}¹ ORCID : 0009-0007-2551-6352;¹ Елецкий государственный университет имени И.А. Бунина, Елец, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (ivanessin20[at]gmail.com)

Аннотация

Статья посвящена анализу медиадискурса региональной экономической политики на примере Липецкой области. В условиях цифровизации и возрастания роли массовых коммуникаций медиадискурс рассматривается как важный инструмент формирования медиаобраза региона и легитимации социально-экономической повестки. В статье исследуется структура регионального медиапространства, жанровые особенности и тематические доминанты материалов, освещающих экономическую тематику. Выявлено, что медиаполе региона характеризуется высокой степенью цифровизации и институционального контроля, что проявляется в жанровой стандартизации, преобладании официально-делового стиля и установке на позитивную репрезентацию деятельности власти. Экономический дискурс конструируется преимущественно в рамках нарратива устойчивого развития и управляемого прогресса, при этом альтернативные точки зрения и проблемные аспекты освещаются ограниченно. Сделан вывод о том, что региональный медиадискурс выполняет функции информационной поддержки управленческой стратегии, формируя нормативную картину регионального развития в сознании аудитории.

Ключевые слова: жанровая структура, структура регионального медиарынка, медиадискурс, региональные медиа.

REGIONAL ECONOMIC POLICY IN MEDIA DISCOURSE: STRUCTURAL AND SUBSTANTIVE TRAITS (ON THE EXAMPLE OF LIPETSK OBLAST)

Research article

Yesin I.R.^{1,*}¹ ORCID : 0009-0007-2551-6352;¹ BuninYelets State University, Yelets, Russian Federation

* Corresponding author (ivanessin20[at]gmail.com)

Abstract

The article is devoted to the analysis of media discourse on regional economic policy on the example of Lipetsk Oblast. In the context of digitalisation and the growing role of mass communications, media discourse is seen as an important tool for shaping the media image of the region and legitimising the socio-economic agenda. The paper examines the structure of the regional media space, genre features and thematic dominants of materials covering economic topics. It has been found that the region's media field is characterised by a high degree of digitalisation and institutional control, which manifests itself in genre standardisation, the predominance of an official business style, and a focus on positive representation of the activities of the authorities. Economic discourse is constructed primarily within the narrative of sustainable development and controlled progress, with alternative points of view and problematic aspects receiving limited coverage. The conclusion is made that regional media discourse serves to provide informational support for management strategy, shaping a normative picture of regional development in the minds of the audience.

Keywords: genre structure, regional media market structure, media discourse, regional media.

Введение

Современная региональная экономическая политика представляет собой неотъемлемую часть общенационального стратегического планирования и играет ключевую роль в обеспечении устойчивого развития страны. В условиях цифровизации и интенсивного развития медиасреды региональная политика всё в большей степени становится предметом публичного обсуждения, формируя новые коммуникационные каналы между властью, обществом и бизнесом. В этом контексте важным аналитическим ресурсом выступает медиадискурс как совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия [3].

Медийное представление региональной экономики не просто отражает фактическое положение дел, но и активно формирует медиаобраз региона, являющийся совокупностью рациональных и эмоциональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ [2]. К.В. Шамраева справедливо отмечает, что экономический дискурс позволяет установить и корректировать отношения людей в процессе производства и обмена товаров, вербализовывать действия по анализу, планированию, контролю и регулированию экономических процессов, дифференцировать экономические субъекты, а также создать языковую реальность поля экономики и её интерпретацию с целью манипуляции сознанием [5].

Методы и принципы исследования

Настоящее исследование направлено на выявление структурных и содержательных особенностей медийного дискурса, отражающего региональную экономическую политику Липецкой области. В фокусе анализа находятся структура регионального рынка СМИ, его жанровая специфика, тематические доминанты и коммуникативные функции публикуемых текстов. Такой подход позволяет не только оценить степень репрезентативности и объективности экономической информации, но и определить основные механизмы воздействия СМИ на аудиторию.

Основные результаты

Липецкая область — это индустриально развитый регион с выраженной промышленной специализацией и стабильными экономическими показателями. Регион входит в число лидеров Центрального федерального округа по объёму промышленного производства, уровню привлечённых инвестиций и участию в национальных проектах [6], [7].

Медиаполе Липецкой области формируется преимущественно за счёт региональных и муниципальных печатных и электронных изданий, а также интернет-СМИ, активно взаимодействующих с официальными структурами власти. Всего в регионе зарегистрировано 138 средств массовой информации, подавляющее большинство из которых (см.: рис. 1) — сетевые издания [6].



Рисунок 1 - Структура регионального рынка СМИ
DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.70.21.1>

Структура регионального рынка СМИ Липецкой области демонстрирует смешанное распределение форматов с явным преобладанием цифровых медиа. Наибольшее количество представлено сетевыми изданиями — 52, что говорит о высокой степени цифровизации медиапространства региона. Это указывает также на высокий спрос со стороны аудитории на цифровой контент, что обуславливает создание мультимедийных изданий в регионе (издательский дом «Липецкая газета», телерадиокомпания «Липецкой время» и другие).

Печатные газеты также занимают значительное место — 31 издание. Это показатель сохранения устойчивого интереса к данному формату, особенно среди старшего поколения и в небольших населённых пунктах, где газеты продолжают выполнять важную информационную функцию. Радиоканалов в регионе насчитывается 24, что указывает на устойчивое значение радио как доступного и оперативного источника информации, особенно в дороге или на рабочих местах. Журналы представлены менее широко — 19 наименований, что связано с их более узкой тематической направленностью, более высокой стоимостью производства и меньшей регулярностью выхода. Телеканалов существенно меньше — 7, что объясняется высокими затратами на производство видеоконтента и трансляцию, а также конкуренцией со стороны онлайн-видео. Информационных агентств зарегистрировано всего 4, что вполне логично: агентства, как правило, не работают на массовую аудиторию напрямую, а выступают поставщиками новостей и материалов для других СМИ. Бюллетеней зарегистрировано всего один, что подтверждает их устаревание как медиаформата и ограниченную функциональность, сводящуюся, как правило, к публикации официальной информации и нормативных документов.

Таким образом, структура рынка отражает сочетание глобальных и региональных тенденций: рост цифровых платформ, постепенное снижение присутствия печатных и эфирных форматов, при этом с сохранением их нишевой значимости. Уровень технологической доступности, социально-демографические особенности региона и степень вовлечённости государства в информационную сферу формируют тот баланс, который мы наблюдаем сегодня в медиапространстве Липецкой области.

Среди наиболее влиятельных и цитируемых региональных медиа можно выделить такие ресурсы, как «Липецкая газета» — официальное издание администрации области, интернет-порталы GOROD48, LipetskMedia.ru, а также телекомпании ГТРК «Липецк» и «Липецкое время».

В совокупности они создают относительно замкнутое, но функциональное информационное пространство, направленное на трансляцию социально значимых тем, преимущественно в контексте региональной повестки.

Экономическая тематика в региональных медиа определяется преимущественно официальной повесткой и ориентирована на демонстрацию социально-экономических инициатив и достижений власти. В центре внимания — развитие промышленности, внедрение инновационных технологий, реализация нацпроектов, инвестиционная деятельность, сельское хозяйство, развитие инфраструктуры, а также поддержка малого и среднего бизнеса. На эти темы приходится 90% всех публикуемых материалов. Отдельное внимание уделяется вопросам импортозамещения и сотрудничеству с иностранными инвесторами, что особенно актуализировалось в условиях внешнеэкономического давления на Россию. Повестка дня формируется преимущественно по инициативе региональных органов власти и отражается в синхронности тем между официальными сообщениями пресс-служб и последующим освещением в частных медиа.

Жанровая структура регионального медиадискурса характеризуется преобладанием новостных заметок, информационных сообщений, пресс-релизов и официальных отчётов. Аналитические материалы и экспертные комментарии представлены крайне ограниченно и, как правило, лишь в масштабных темах, сопряжённых с деятельностью федеральных структур или крупных промышленных предприятий. Интервью и репортажи, несмотря на их потенциальную глубину, также функционируют преимущественно в позитивном освещении. Таким образом, доминируют жанры, ориентированные на передачу официальной информации с минимальной степенью критической интерпретации. Это способствует формированию информационно-одномерной картины региональной экономики, в которой отсутствует пространство для альтернативных точек зрения.

Медиадискурс региона выдержан в рамках официально-делового и информационно-нейтрального стиля, с элементами рекламно-пропагандистского дискурса при освещении инвестиционных инициатив и участия субъекта в федеральных программах.

Дискурсивная репрезентация является крайне важным и эффективным инструментом конструирования медиаобраза Липецкого региона. Т.П. Карпухина не без оснований подчеркивает, что дискурсивное конструирование преобразует реальное событие в медиа-событие, создавая в сознании читательской аудитории ментальный конструкт особого рода — искусственное образование, не существующее в реальности и не поддающееся чувственному восприятию, осуществляемому посредством сенсорных каналов: зрительного, слухового и проч. [4]. Подобный инструмент широко применяется в Липецком областном экономическом медиадискурсе, как государственными, так и частными СМИ. На уровне дискурсивных стратегий наблюдается устойчивая установка на позитивную репрезентацию региональной власти и её экономической политики. Основным нарративом выступает идея поступательного развития региона под руководством эффективной административной команды. Этот нарратив формируется через систематическую демонстрацию успехов — запуск новых производств, привлечение инвесторов, развитие малого и среднего бизнеса, участие в нацпроектах. При этом зоны роста региональной экономики — например, снижение реального дохода населения, экологические последствия промышленного производства, высокий уровень миграции из региона — либо остаются не представленными в региональном медиадискурсе, либо освещаются частично, в сглаженной форме.

Нарративная структура медийных текстов строится вокруг фигуры регионального лидера (губернатора), выступающего инициатором и гарантом экономических преобразований, и глав местных муниципальных образований. Это соответствует логике персонифицированной политики, которая характеризуется по мнению Быкова И.А. возрастанием личностного фактора в политической сфере, и свойственна, в том числе, для российской медиамодели [1]. Дополнительную роль играют представители крупных предприятий, эксперты, главы муниципалитетов, чьи высказывания подтверждают эффективность текущего курса. Таким образом, создаётся коммуникативное пространство, в котором все участники согласованно воспроизводят нарратив экономической стабильности и прогресса.

Заключение

Таким образом, медиадискурс региональной экономической политики в Липецкой области функционирует как инструмент публичной легитимации действий властей и формирования позитивного образа региона. Его особенности — жанровая монотонность, стилистическая стандартизация и нарративная управляемость — свидетельствуют о высокой степени институционального контроля над региональным информационным пространством. Это позволяет говорить о дискурсе не как о пространстве публичной рефлексии, а как о канале нормативной трансляции социально-экономических идеалов, укоренённых в административной модели регионального развития.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Даниленко И.А., Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород
Российская Федерация
DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.70.21.2>

Conflict of Interest

None declared.

Review

Danilenko I., Belgorod state national research university,
Belgorod Russian Federation
DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.70.21.2>

Список литературы / References

1. Быков И.А. Медиатизация политики в эпоху социальных медиа / И.А. Быков // Журнал политических исследований. — 2017. — № 4. — С. 15–38.
2. Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике. / Т.Н. Галинская // Вестник ОГУ. — 2013. — № 11. — С. 91–94.
3. Грибовод Е.Г. Медиадискурс. / Е.Г. Грибовод // Дискурс-Пи. — 2013. — № 3.
4. Карпухина Т.П. Дискурсивные стратегии отражения и конструирования в масс-медийной репрезентации предвыборных дебатов в американском политическом дискурсе. / Т.П. Карпухина // Гуманитарный научный вестник. — 2020. — № 3. — С. 158–169.
5. Шамраева К.В. Сложноструктурированный институциональный экономический дискурс как лингвокогнитивный феномен. / К.В. Шамраева // Вестник МГОУ. — 2011. — № 4. — С. 209–215.
6. Официальный Сайт Правительства Липецкой области. — URL: <https://www.admlip.ru/> (дата обращения: 29.07.2025).
7. Информационный ресурс «Национальные проекты». — URL: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/> (дата обращения: 29.07.2025).
8. Официальный сайт издания «Липецкая газета». — URL: <https://lg.lpgzt.ru/> (дата обращения: 10.08.2025).
9. Официальный сайт телеканала «Липецкое время». — URL: <http://lipetsktv.ru/> (дата обращения: 10.08.2025).
10. Интернет-портал LipetskMedia. — URL: <https://lipetskmedia.ru/> (дата обращения: 14.08.2025).
11. Информационно-справочный портал Gorod48. — URL: <https://gorod48.ru/> (дата обращения: 14.08.2025).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Bikov I.A. Mediatizatsiya politiki v epokhu sotsialnikh media [Mediatization of Politics in the Age of Social Media] / I.A. Bikov // Zhurnal politicheskikh issledovaniy [Journal of Political Studies]. — 2017. — № 4. — P. 15–38. [in Russian]
2. Galinskaya T.N. Ponyatie mediaobraza i problema ego rekonstrukcii v sovremennoj lingvistike [The concept of media image and the problem of its reconstruction in modern linguistics]. / T.N. Galinskaya // Bulletin of OSU. — 2013. — № 11. — P. 91–94. [in Russian]
3. Gribovod E.G. Mediadiskurs [Media discourse]. / E.G. Gribovod // Discourse-Pi. — 2013. — № 3. [in Russian]
4. Karpuxina T.P. Diskursivny'e strategii otrazheniya i konstruirovaniya v mass-medijnoj reprezentacii predvy'borny'x debatov v amerikanskom politicheskom diskurse [Discursive strategies of reflection and construction in mass media representation of election debates in American political discourse]. / T.P. Karpuxina // Humanitarian Scientific Bulletin. — 2020. — № 3. — P. 158–169. [in Russian]
5. Shamraeva K.V. Slozhnostrukturirovannyj institucional'nyj e'konomicheskij diskurs kak lingvokognitivnyj fenomen [Complex structured institutional economic discourse as a linguacognitive phenomenon]. / K.V. Shamraeva // Bulletin of MSRU. — 2011. — № 4. — P. 209–215. [in Russian]
6. Oficial'nyj Sajt Pravitel'stva Lipeckoj oblasti [Official Website of the Government of Lipetsk Region]. — URL: <https://www.admlip.ru/> (accessed: 29.07.2025). [in Russian]
7. Informacionnyj resurs "Nacional'nye proekty" [Information resource "National projects"]. — URL: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/> (accessed: 29.07.2025). [in Russian]
8. Oficial'nyj sayt izdaniya "Lipeckaya gazeta" [Official website of the publication "Lipetskaya Gazeta"]. — URL: <https://lg.lpgzt.ru/> (accessed: 10.08.2025). [in Russian]
9. Oficial'nyj sayt telekanala "Lipeckoe vremya" [Official website of the Lipetsk Time TV channel]. — URL: <http://lipetsktv.ru/> (accessed: 10.08.2025). [in Russian]
10. Internet-portal LipetskMedia [Internet portal LipetskMedia]. — URL: <https://lipetskmedia.ru/> (accessed: 14.08.2025). [in Russian]
11. Informacionno-spravochnyj portal Gorod48 [Information and reference portal Gorod48]. — URL: <https://gorod48.ru/> (accessed: 14.08.2025). [in Russian]