

СПЕЦИФИКА МЕДИАТЕКСТА РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Л.К. Лободенко, О.Н. Зайкова

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

В региональных интернет-СМИ медиатекст обладает свойствами гипертекстуальности, мультимедийности и интерактивности, что способствует его формированию как информационно-коммуникативной структуры. При этом коммуникативные элементы, такие как комментарии пользователей, дополняют основной текст и трансформируют направление его восприятия. Что касается структуры медиатекста интернет-СМИ, то она, представлена в двух вариантах – кратком и расширенном. Особую информационную нагрузку в медиатексте несут заголовок и лид-абзац. В работе подчеркивается, что заголовок интернет-СМИ должен отвечать следующим требованиям: указывать на факты или решение проблемы; быть максимально лаконичным, информативным и эмоционально окрашенным; содержать глагол в прошедшем или будущем времени; соответствовать принципам SEO-оптимизации. Авторы отмечают, что существующие типы лид-абзацев применяются в различных жанрах медиатекстов с разной степенью интенсивности. Наибольшую популярность в структуре информационных жанров получили лид-абзацы, носящие анонсный характер, среди которых можно выделить: вопрос, повествование, «одним ударом», шокирующий, лид-загадку. В аналитических и художественно-публицистических жанрах медиатекстов преобладают: обзорный лид, «затяжной прыжок», «представьте себе», исторический.

Ключевые слова: медиатекст, журналистика, региональное интернет-СМИ, заголовок, лид-абзац.

Развитие сетевых и мультимедийных технологий обусловило трансформацию современного информационно-коммуникативного пространства. Следствием данной трансформации является многократное увеличение скорости создания и распространения информации, в том числе и в региональных интернет-СМИ. Интернет – это не просто канал передачи информации, а принципиально новый тип взаимодействия и создания текстов. В этих условиях понятие «текст» приобретает новые смысловые оттенки, обусловленные технологическими возможностями сетевых средств массовой информации. При этом «медиатекст» является обобщающим понятием для системы текстов массовой коммуникации, распространяемых через СМИ. Разграничивая термины «текст» и «медиатекст» Т.Г. Добросклонская, полагает, что текст – «это сообщение», медиатекст – «это сообщение плюс канал» [13, с. 137–134]. В жестких условиях рынка медиатекст становится товаром, что непременно сказывается на форме, содержании сообщения и обуславливает использование многочисленных технологий, ориентированных на активизацию и удержание внимания потребителя.

Региональные интернет-СМИ как средство массовой коммуникации формируют новые требования к созданию медиатекстов, которые не вписываются в рамки традиционных представлений о тексте. Многообразие типов медиатекстов, функционирующих в информационно-коммуника-

тивном пространстве диктует необходимость исследования технологий их создания. Это связано с тем, что различные компоненты медиаконтента встраиваются в единую систему интернет-СМИ, ориентированную на интересы определенной целевой аудитории. Следствием данного объединения является приобретение медиатекстами множества новых свойств, которые нуждаются в исследовании и разработке.

Цель нашего исследования – проанализировать особенности структуры медиатекста региональных интернет-СМИ. Исследование медиатекстов проводилось на основе сайтов различных типов интернет-СМИ Челябинской области: 1) газеты – «Челябинский рабочий», «Южноуральская панорама»; 2) телеканал – ГТРК «Южный Урал»; 3) радиостанция «Челябинское эхо»; 4) информационные агентства – «ТАСС-Урал», «Доступ».

Основу медиатекста составляет базовый текст, являющийся неотъемлемым компонентом вербальной знаковой системы. Сегодня наибольшее признание получило понимание текста, предложенное И.Р. Гальпериным, где «текст – это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную

целенаправленность и прагматическую установку» [9, с. 18].

В современных условиях сложившаяся теория текста получила новый импульс развития. Изучение специфики создания базового текста приобретает особое значение в условиях информационного бума в интернет-пространстве, меняющегося характера чтения информации в направлении «беглого просмотра» и «выхватывания» главной идеи. Текст, предназначенный для размещения в интернет-СМИ, необходимо адаптировать для системы быстрого просмотра или развернутого чтения в зависимости от предпочтений аудитории.

Что касается структуры медиатекста региональных интернет-СМИ, то она, как правило, представлена в двух вариантах – это краткий (анонс) и расширенный вариант. Краткий вариант медиатекста размещается на главной странице или тематической рубрике и может включать разное количество элементов:

Иллюстрация + заголовок + дата и время публикации + количество комментариев и просмотров + лид-абзац.

В свою очередь расширенный вариант также не имеет четко установленной структуры, но может строиться в следующем порядке:

Иллюстрация + видео + заголовок + подзаголовок + рубрика + дата и время + часовой пояс + лид-абзац + основной текст + ссылки на материалы по теме + сведения об авторе + теги + пиктограммы социальных сетей + комментарии пользователей.

Необходимо подчеркнуть, что представленная структура имеет информационно-коммуникативный характер. В региональных интернет-СМИ медиатекст обладает свойствами гипертекстуальности, мультимедийности и интерактивности, что способствует его формированию как информационно-коммуникативной структуры. При этом коммуникативные элементы (например, комментарии пользователей) дополняют основной текст и трансформируют направление его восприятия.

При этом, процесс написания текста для интернет-СМИ предполагает умения «сжимать» текст, максимально сохраняя информативную составляющую, структурировать информацию, выделять самое важное, акцентируя на значимых положениях внимание посетителей сайта. Особое внимание при написании медиатекста уделяется приемам: перевернутой пирамиды, каждый последующий абзац содержит менее важную информацию; построение структуры текста по принципу «от общего к частному» или «от простого к сложному»; использование системы осмысленных заголовков (обыкновенный заголовок, подзаголовок, внутренний); особое строение абзацев (концентрируется только одна идея); упрощение синтаксиса с целью более легкого восприятия смысла передаваемого содержания; тщательная работа с лексикой и пояснение специальных терминов; выделе-

ние ключевых слов; стилистическое единообразие каждого текста и сайта в целом; постановка акцентов с помощью элементов форматирования текста. Текст составляется таким образом, чтобы каждый абзац был автосемантически и при удалении не терял смысл.

Особую информационную нагрузку в медиатексте несут заголовки и лид-абзац. В первую очередь, медиатекст интернет-СМИ определяется своим заголовком, к которому предъявляются особые требования, так как он является репрезентантом медиатекста и «первым сигналом, побуждающим к чтению того или иного материала» [2]. Из-за того, что заголовок в интернет-СМИ является главным средством привлечения внимания аудитории и рекламного продвижения материала, возникает требование к его максимальной информативности и привлекательности. М.А. Уланова [28, с. 94] выделяет следующие наиболее частые приемы создания привлекательности заголовков:

– указание на раскрытие новых фактов о чем-либо (например, «*В Челябинской области названы города, в которых этой весной пройдут массовые сокращения*» [8]); указание на решение проблемы («*В Челябинской области на 98% ликвидированы последствия метеоритного дождя*» [7]); указание на что-то необычное («*Ученые убавили 100 кг осколков челябинского метеорита*» [29]); свидетельство от первого лица («*Денис Рыжий: задача государства – вычистить рынок от черных коллегторов*» [12]); актуальная статистика и аналитика («*Около 30 новобранцев из Челябинской области отправятся 27 ноября покорять морскую науку в Севастополь*» [24]); вопросительный заголовок («*Каковы первые результаты физических исследований челябинского метеорита?*» [17]); языковая игра («*Народ желает фестивалить*» [21]); эмоциональная реакция какого-то лица на пока неизвестное читателю событие («*Путин спасет. Отмена электричек в Челябинской области добьет глубинку*» [25]); максима (самое-самое) («*Челябинская область вошла в тройку регионов-лидеров по состоянию бизнес-климата*» [30]; «*Топ-6 самых завидных женихов, родившихся на Южном Урале*» [27]); они – мы («*Аграрии Южного Урала отправятся в Южную Америку перенимать опыт*» [1]).

Как показал анализ формулировка заголовка интернет-СМИ должна отвечать следующим требованиям: указывать на факты или решение проблемы; быть максимально лаконичным, информативным и эмоционально окрашенным; должен быть глагольным [28, с. 101], то есть содержать глагол в прошедшем или будущем времени; соответствовать принципам SEO-оптимизации, для поднятия позиций сайта в результате выдачи поисковых систем по запросам пользователей. При этом, достаточно часто, в медиатекстах, посвященных региональной тематике используются слова, включающие наименование географической

местности, ведущие должности и известные фамилии. Например, «Челябинская область», «Южный Урал», «челябинский», «южноуральца» и др.

Достаточно часто в краткую структуру медиатекста входит лид-абзац. Лид (англ. Lead – возглавлять, вести) – это начало сообщения, которое представляет собой предложение или абзац [19, с. 280]. Задача лид-абзаца привлечь внимание читателя и представить в сжатом виде самую актуальную информацию, которая быстро помогает читателю сориентироваться в содержании сообщения. Также лид-абзац незаменим в RSS-рассылках новостей. Как показал анализ в медиатекстах интернет-СМИ региона выделяются различные типы лид-абзацев, предложенные Д. Рэндаллом [26]:

– повествование – это хронологический лиц, включающий последовательное изложение хронологии событий (например, «На телеканале ОТВ близится к завершению уникальный по своей масштабности народный конкурс «Марафон талантов». 31 декабря 25 сильнейших коллективов региона представят свои заключительные номера в рамках новогоднего проекта ОТВ «Голубой огонек». В конце программы будут озвучены имена пятерых победителей...» [20]); анекдот – посредством законченного эпизода анекдотического характера иллюстрируется аспект, в котором статья освещает тему (например, «Любишь ловить окуня? Поезжай на Урефты, можешь, будешь счастлив ты! Ежели у тебя есть рабочий бур, руки растут откуда надо, а главное – тебя не пугает поговорка про рыбку...» [4]); затяжной прыжок – это лид из нескольких абзацев, где реальное событие приберегается под конец (например, «Оздоровление в Челябинской области выгодно не только экономически, но и с точки зрения здоровьесбережения. К такому мнению пришли эксперты в области здравоохранения, образования и туризма на пресс-конференции, посвященной летнему отдыху и оздоровлению южноуральцев, которая состоялась на площадке ИД «Граната Пресс». По словам участников дискуссии, у отдыха и оздоровления в пределах России множество плюсов от бюджетности поездки до безопасности и качественного медицинского сопровождения» [18]); одним ударом – все содержание сконцентрировано в одном выразительном предложении (например, «Перешагнуть столетний юбилей – случай уникальный для уральского города, ведь Троицк – не горное селение на Кавказе» [6]); обзорный лид позволяет выделить главные моменты в сложной цепи событий (например, «В период с 20 апреля по 20 мая ОАО «РЖД» проводит месячник «Безопасное лето». В ходе акции планируется проведение информационно-разъяснительной кампании в СМИ, на сети железных дорог России, а также адресной работы в государственных и муниципальных образовательных учреждениях...» [22]); лид-объяснение – дает общее представление о содержании события (например, «В рамках по-

ручения Президента РФ правительство области рассматривало самые разные варианты поддержки людям, пострадавшим от мошеннических действий различных организаций. Не только от застройщиков, но и от кооперативов, инвесторов, пайщиков...» [11]); шокирующий лид-загадка – это вступление, в котором автор ошарашивает читателей эксцентричной фразой (например, «В том числе 19 детей убиты, семи несовершеннолетним причинен тяжкий вред здоровью, 77 – пострадали от действий родителей и законных представителей» [3]); «представьте себе» – это лид, похожий на театральную ремарку с описанием сцены нового действия (например, «Аппетитные арбузы, связанные крючком, кепки из бересты, гигантские кованные драконы... Все это, а также бесчисленное множество не менее удивительных рукотворных чудес можно было увидеть в минувшие выходные на Бажовском фестивале...» [23]); исторический лид начинается со справки по истории вопроса (например, «Сабантуй – праздник, который в области отмечают уже больше 50 лет. Прежде главное торжество проводилось в Челябинском парке имени Гагарина, но в этом году областное празднование перенесено на природу – в окрестности Кунашака...» [16]); шутка (например, «И «Трактор», и «Магнитка», словно сговорившись, на родном льду дружно проигрывали не самым сильным соперникам. В «активе» у челябинцев четыре поражения подряд, у магнитогорцев – пять (правда, пилую немного подсластила суперволевая победа над «Югрой»). Воспользовавшись поводом, хоккейные аналитики заговорили о кризисе в станах «черно-белых» и «сталеваров» [10]); вопрос (например, «Где могут студенты поработать нынешним летом? Есть ли шанс заработать приличные деньги?» [15]); подробность сначала обыгрывается одна незначительная деталь, а уже потом дается общий план (например, «На чемпионате мира по дзюдо в полуфинале у «тяжей» 125-килограммовому Мальшу, так шутило за внушительные габариты Рената Саидова называют его друзья по команде, противостоял еще один «мальш» Тедди Ринер по прозвищу Медвежонок Тедди...» [32]); философский лид (например, «Даже обывательское воображение может легко представить за этой несколько патетической формулировкой некий коллективный портрет в лицах нашего края. Портрет во времени – на протяжении не только XX века, но и, как минимум, века ему предшествовавшего. А выльется этот довольно амбициозный проект в богато иллюстрированный фолиант, выпустить который предполагается уже в октябре этого года» [5]); ложная посылка (например, «Глава ФССП предложил ввести новые ограничения для автомобилистов» [14]); загадка (например, «Одно из предприятий южноуральской столицы распиливает у себя в мастерской ровесника челябинского метеорита, завезенного на Урал с Колымы... Зачем хозяин

космического пришельца решил «разделаться» с ним при помощи ленточно-пильного станка...» [31]).

Таким образом, все выделенные типы лид-абзацев присутствуют в медиатекстах региональных интернет-СМИ. Однако все существующие типы используются в различных жанрах медиатекстов не одинаково интенсивно. Наибольшую популярность в структуре информационных жанров получили лид-абзацы, которые носят анонсный характер, среди них можно выделить: вопрос, повествование, «одним ударом», шокирующий лид-загадку. В аналитических и художественно-публицистических жанрах медиатекстов преобладают: обзорный лид, «затяжной прыжок», «представьте себе», исторический. Данные лид-абзацы предполагают создание эмоционального информационного заряда и максимальное погружение в особенности рассматриваемого материала.

Необходимо понимать, что базовый текст в системе интернет-СМИ сегодня рассматривается как единица динамичная, функционирующая в условиях реальной коммуникации. Современные процессы перехода от мономедийных к мультимедийным вещательным платформам выводят медиатекст на новый информационно-коммуникационный и эмоциональный уровень и способствуют формированию у него следующих свойств: гипертекстуальности, интерактивности и мультимедийности. Данные свойства существенно отличают медиатекст интернет-СМИ от традиционного, позволяют создавать разнообразные форматы, внутреннюю динамику текста, его визуализацию и эмоционализацию.

Литература

1. Аграрии Южного Урала отправятся в Южную Америку перенимать опыт (12.12.2014). – URL: <http://itar-tass.com/ural-news/1643476>
2. Адмони, В.Г. Грамматика и текст / В.Г. Адмони // Вопросы языкознания. – 1985. – № 1. – С. 34.
3. В 2014 году в Челябинской области погибли 122 ребенка (06.02.2015). – <http://mediazavod.ru/articles/156331>
4. Вотчина окуней. На озере Урефты рыба осталась только в камышах (04.02.2015). – <http://www.up74.ru/rubrics/zdorove-i-otdykh/2015/02-fevral/votchina-okunej-na-ozere-urefty-ryba-ostalas-tolko-v-kamyshakh/>
5. В регионе стартовал новый просветительский проект «Они создавали Челябинскую область» (19.06.2014). – <http://www.up74.ru/rubrics/nauka-i-istorija/2014/06-ijun/v-cheljabinskoj-oblasti-startoval-novyy-prosvetitel'skij-proekt/>
6. В сентябре старейший житель Троицка отметит 101 день рождения» (06.08.2013). – <http://mediazavod.ru/articles/136763>
7. В Челябинской области на 98 % ликвидированы последствия метеоритного дождя

(4.03.2013 г.). – http://dostup1.ru/central/central_49690.html

8. В Челябинской области названы города, в которых этой весной пройдут массовые сокращения (9.04.2014 г.). – http://dostup1.ru/central/V-Chelyabinskoj-oblasti-nazvany-goroda-v-kotoryh-etoy-vesnoy-proydu-t-sokrascheniya_63366.html

9. Гальперин, И.П. Текст как объект лингвистического исследования / И.П. Гальперин. – М., 1981. – С. 18.

10. Григорьев, Г. Минувшая неделя прошла под знаком глубокого разочарования южноуральских хоккейных болельщиков (06.12.2013) / Г. Григорьев. – <http://mediazavod.ru/articles/141679>

11. Губернатор Челябинской области провел совещание по проблемам обманутых дольщиков (06.10.2012). – <http://mediazavod.ru/articles/127888>

12. Денис Рыжий: задача государства – вычистить рынок от черных коллекторов (20.11.2014). – <http://chelyabinsk.rfn.ru/rnews.html?id=1116843&cid=5>

13. Добросклонская, Т.Г. Медиатекст как единица дискурса средств массовой информации / Т.Г. Добросклонская // Актуальные процессы в различных типах дискурсов: политический, медийный, рекламный дискурсы и интернет-коммуникация: материалы междунар. конф. (19–21 июня 2009 г.). – М.: Ярославль, 2009. – С. 137–143.

14. Должникам могут запретить жениться (03.03.2015). – <http://mediazavod.ru/shorties/156945>

15. Журавлева, С. В Челябинске начался набор в студенческие трудовые отряды (27.03.2013). – <http://mediazavod.ru/articles/132702>

16. Завтра состоится областной Сабантуй (25.06.2010). – <http://mediazavod.ru/articles/89506>

17. Каковы первые результаты физических исследований челябинского метеорита? (26.03.2013). – http://www.tass-ural.ru/presscentre/kakovy_pervye_rezultaty_fizicheskikh_issledovaniy.html

18. Калентьева, Н.Б. Южноуральские здравницы могут дать фору заграничным курортам (14.05.2014) / Н.Б. Калентьева. – <http://www.up74.ru/rubrics/zdorove-i-otdykh/2014/05-maj/juzhnouralskie-zdravnicy-mogut-dat-foru-zagranichnym-kurortam/>

19. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста / А.Г. Киселев. – СПб: Питер, 2011.

20. Махлева, Ю.А. В канун Нового года станут известны имена пяти звезд Южного Урала (17.12.2014) / Ю.А. Махлева. – <http://www.up74.ru/rubrics/kultura-i-iskusstvo/2014/12-dekabr/v-kanun-novogo-goda-stanut-izvestny-imena-pjati-zvezd-juzhnogo-urala>

21. Народ желает фестиваль (22.06.2013 г.). – <http://www.up74.ru/rubrics/kultura-i-iskusstvo/2013/06-ijun/narod-zhelaet-festivalit/>

22. На Южно-Уральской магистрали стартовала акция «Безопасное лето» (23.04.2014). – <http://mediazavod.ru/articles/146874>

23. Никитина, А. На Южном Урале завершился XIX Бажовский фестиваль (20.06.2011) / А. Никитина. – <http://mediazavod.ru/articles/105036>
24. Около 30 новобранцев из Челябинской области отправятся 27 ноября покорять морскую науку в Севастополь (25.11.2014 г.). – <http://www.up74.ru/rubricks/obshhestvo/2014/11-nojabr/okolo-30-novobrancev-iz-cheljabinskoj-oblasti-otpravjatsja-27-nojabrja-pokorjat-morskiju-nauku>
25. Путин спасет. Отмена электричек в Челябинской области добьет глубинку (5.02.2015 г.). – <http://www.up74.ru/rubricks/situacija/2015/02-fevral/putin-spaset-otmena-ehlektrichek-v-cheljabinskoj-oblasti-dobet-glubinku/>
26. Рэндалл, Д. Универсальный журналист / Д. Рэндалл. – М.: Международный центр журналистики, 1996. – <http://evartist.narod.ru/text12/38.htm>
27. Топ-6 самых завидных женихов, родившихся на Южном Урале (07.06.2013 г.). – <http://www.chel.aif.ru/society/people/180396>
28. Уланова, М.А. Интернет-журналистика: Практическое руководство / М.А. Уланова. – М.: ЗАО Изд-во «Аспект Пресс», 2014. – С. 94.
29. Ученые убавили 100 кг осколку челябинского метеорита (21.11.2014). – http://dostup1.ru/society/Uchenye-skostili-100-kg-oskolku-chelyabinskogo-meteorita_70822.html
30. Челябинская область вошла в тройку регионов-лидеров по состоянию бизнес-климата (11.12.2012 г.). – <http://echochel.ru/programs/razbor-poletov/?page=15>
31. ЭКСКЛЮЗИВ. В Челябинске распиливают инопланетный объект с Магадана (19.12.2013 г.). – <http://dostup1.ru/society/V-Cheljabinske-raspilivayut-inoplanetnyy-obekt-s-Magadana.html>
32. Южноуральский дзюдоист собирается приложить свою руку к поражению восьмикратного чемпиона мира (02.09.2014). – URL: <http://www.up74.ru/rubricks/obrazovanie-i-sport/2014/09-sentjabr/juzhnouralskij-dzjudoist-sobiraetsja-prilozhit-svoju-ruku-k-porazheniju-vosmikratnogo>

Лободенко Лидия Камилловна, кандидат педагогических наук, доцент, зав.кафедрой «Массовая коммуникация», Южно-Уральский государственный университет (Челябинск), lobodenko74@mail.ru

Зайкова Ольга Николаевна, кандидат культурологических наук, доцент кафедры «Массовая коммуникация», Южно-Уральский государственный университет (Челябинск), zaykova74@mail.ru

Поступила в редакцию 6 июля 2015 г.

DOI: 10.14529/ling150408

PECULIARITIES OF MEDIATEXTS IN REGIONAL INTERNET MEDIA

L.K. Lobodenko, lobodenko74@mail.ru

O.N. Zaykova, zaykova74@mail.ru

South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

The article defines the specific character of the regional media texts in online media. The authors emphasize that the mediatext in regional online media has properties of hypertextuality, multimedia and interactivity that contribute to forming its informative and communicative structure. Communicative elements such as users' comments complete the body of the main text and transform the direction of its perception. As for the structure of a media text in the Internet media, it is presented in two versions – brief and expanded. A special informative load is given in the title and the leading paragraph. The paper emphasizes that the title of the Internet media must meet the following requirements: refer to the facts or the solution to the problem; be concise, informative and emotionally charged; contain a verb in the past or future tense; be consistent with the principles of SEO-Optimization. The authors point out that the existing types of lead paragraphs are used in various genres of media texts with various degrees of intensity. The most popular in the structure of informative genres are lead paragraphs that have an announcing character (a question-narration, “with one stroke”, a shocking lead, a riddle-lead). The leading paragraphs such as a panoramic lead, “delayed jump”, “just fancy”, a historical lead are prevalent in analytical and publicistic genres of media texts.

Keywords: media text, journalism, regional online media, title, lead paragraph.

References

1. Agrarii Yuzhnogo Urala otpravlyatsya v Yuzhnyuyu Ameriku perenimat' opyt [Agrarians of the Southern Urals Travel to South America to Learn from Experience] (12.12.2014). Available at: <http://itar-tass.com/ural-news/1643476>
2. Admoni V.G. Grammatika i tekst [Grammar and Text]. *Voprosy yazykoznanija*, 1985, № 1, p. 34.
3. *V 2014 godu v Chelyabinskoy oblasti pogibli 122 rebenka* [122 Children Killed in 2014 in the Chelyabinsk Region] (06.02.2015). Available at: <http://mediazavod.ru/articles/156331>
4. *Votchina okunej. Na ozere Urefty ryba ostalas' tol'ko v kamyshakh* [Perch Patrimony. Fish is Only in the Reeds of The Lake Urefty] (04.02.2015) – Available at: <http://www.up74.ru/rubrics/zdorove-i-otdykh/2015/02-fevral/votchina-okunej-na-ozere-urefty-ryba-ostalas-tolko-v-kamyshakh/>
5. *V regione startoval novyy prosvetitel'skiy proekt «Oni sozdavali Chelyabinskuyu oblast'»* [The region has launched a new educational project "They created the Chelyabinsk region"] (19.06.2014). Available at: <http://www.up74.ru/rubrics/nauka-i-istorija/2014/06-ijun/v-cheljabinskoy-oblasti-startoval-novyy-prosvetitel'skiy-proekt/>
6. *«V sentyabre stareyshiy zhitel' Troitska otmetit 101 den' rozhdeniya»* [In September, the oldest resident of Troitsk celebrates 101 birthday"] (06.08.2013). URL: <http://mediazavod.ru/articles/136763>
7. *V Chelyabinskoy oblasti na 98% likvidirovany posledstviya meteoritnogo dozhdy* [The Consequences of Meteor Shower are Eliminated by 98% In the Chelyabinsk Region] (4.03.2013 г.). Available at: http://dostup1.ru/central/central_49690.html
8. *V Chelyabinskoy oblasti nazvany goroda, v kotorykh etoy vesnoy proydu massovye sokrashcheniya* [In the Chelyabinsk region named the cities in which will be massive staff reduction this spring] (9.04.2014 г.). Available at: http://dostup1.ru/central/V-Chelyabinskoy-oblasti-nazvany-goroda-v-kotoryh-etoy-vesnoy-proydu-sokrascheniya_63366.html
9. Gal'perin I.R. *Tekst kak obekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an Object of Linguistic Research]. Moscow, 1981.
10. Grigor'ev G. *Minuvshaya nedelya proshla pod znakom glubokogo razocharovaniya yuzhnoural'skikh khokkeynykh bolet'shchikov* [Last Week Was Marked by Deep Frustration of Southern Urals hockey fans] (06.12.2013). Available at: <http://mediazavod.ru/articles/141679>
11. *Gubernator Chelyabinskoy oblasti provel soveshchanie po problemam obmanutykh dol'shchikov* [Chelyabinsk Region Governor held a meeting on the problems of defrauded investors] (06.10.2012). Available at: <http://mediazavod.ru/articles/127888>
12. Denis Ryzhiy: *zadacha gosudarstva – vychistit' rynek ot chernykh kollektorov* [Denis Ryzhiy: the state's task – to clean the market off black collectors] (20.11.2014). – Available at: <http://chelyabinsk.rfn.ru/rnews.html?id=1116843&cid=5>
13. Dobrosklonskaya T.G. *Mediatekst kak edinitsa diskursa sredstv massovoy informatsii* [Media Texts as a Unit of Discourse of the Media]. *Aktual'nye protsessy v razlichnykh tipakh diskursov: politicheskii, mediynny, reklamnyy diskursy i ineternet-kommunikatsiya: materialy mezhdunar. konf. (19-21 iyunya 2009g.)*. Moscow, Jaroslavl', 2009, pp.137-143.
14. *Dolzheniki mogu zapretit' zhenit'sya* [Debtors may prohibit to marry] (03.03.2015). – Available at: <http://mediazavod.ru/shorties/156945>
15. Zhuravleva S.V. *V Chelyabinske nachalsya nabor v studencheskie trudovye otryady* [Chelyabinsk Began Recruiting in Student Labor Groups] (27.03.2013). Available at: <http://mediazavod.ru/articles/132702>
16. *Zavtra sostoitsya oblastnoy Sabantuy* [Regional Sabantuy will be Tomorrow] (25.06.2010). – Available at: <http://mediazavod.ru/articles/89506>
17. *Kakovy pervye rezul'taty fizicheskikh issledovaniy chelyabinskogo meteorita?* [What are the first results of physical research of Chelyabinsk meteorite?] (26.03.2013). – Available at: http://www.tass-ural.ru/presscentre/kakovy_pervye_rezultaty
18. Kalent'eva N.B. *Yuzhnoural'skie zdravnitsy mogu dat' foru zagranichnym kurortam* [South Urals Resorts Can Give Odds to Foreign Resorts] (14.05.2014). Available at: <http://www.up74.ru/rubrics/zdorove-i-otdykh/2014/05-maj/juzhnouralskie-zdravnitsy-mogu-dat-foru-zagranichnym-kurortam/>
19. Kiselev A.G. *Teoriya i praktika massovoy informatsii: podgotovka i sozdanie mediateksta* [Theory and Practice of Mass Media: the Preparation and Creation of Media Texts]. St.Peterburg, Piter Publ., 2011.
20. Mahleva Ju.A. *V kanun Novogo goda stanut izvestny imena pyati zvezd Yuzhnogo Urala* [On the New Year's Eve the names of the five stars of the Southern Urals will be announced] (17.12.2014). – Available at: <http://www.up74.ru/rubrics/kultura-i-iskusstvo/2014/12-dekabr/v-kanun-novogo-goda-stanut-izvestny-imena-pjati-zvezd-juzhnogo-urala>
21. *Narod zhelaet festivalit'* [People willing to Festival] (22.06.2013 г.). – Available at: <http://www.up74.ru/rubrics/kultura-i-iskusstvo/2013/06-ijun/narod-zhelaet-festivalit/>

22. *Na Yuzhno-Ural'skoy magistrali startovala aktsiya «Bezopasnoe leto»* [On the South-Ural Railway Started an Action «Safe Summer»] (23.04.2014). – Available at: <http://mediazavod.ru/articles/146874>
23. Nikitina A. *Na Yuzhnom Urale zavershilsya XIX Bazhovskiy festival'* [In the South Urals ended XIX Bazhov Festival] (20.06.2011). Available at: <http://mediazavod.ru/articles/105036>
24. *Okolo 30 novobrantsev iz Chelyabinskoy oblasti otpravlyatsya 27 noyabrya pokoryat' morskuyu nauku v Sevastopol'* [About 30 recruits from the Chelyabinsk region will leave on November 27 to submit to the Sevastopol naval science] (25.11.2014г.). Available at: <http://www.up74.ru/rubrics/obshhestvo/2014/11-nojabr/okolo-30-novobrancev-iz-cheljabinskoy-oblasti-otpravlyatsya-27-nojabrya>
25. *Putin spaset. Otmena elektrichesk v Chelyabinskoy oblasti dob'et glubinku* [Putin saves. Cancellation of trains in the Chelyabinsk region will finish off hinterland] (5.02.2015 г.). Available at: <http://www.up74.ru/rubrics/situacija/2015/02-fevral/putin-spaset-otmena-ehlektrichesk-v-cheljabinskoy-oblasti-dobet-glubinku/>
26. Rjendall D. *Universal'nyy zhurnalist* [Universal Journalist]. Moscow, Mezhdunarodnyj centr zhurnalistiki, 1996. Available at: <http://evartist.narod.ru/text12/38.htm>
27. *Top-6 samykh zavidnykh zhenikhov, rodivshikhsya na Yuzhnom Urale* [Top 6 most eligible suitors who were born in the South Urals] (07.06.2013 г.). – Available at: <http://www.chel.aif.ru/society/people/180396>
28. Ulanova M.A. *Internet-zhurnalistika: Prakticheskoe rukovodstvo* [Online Journalism]. Moscow, ZAO Izdatel'stvo «Aspekt Press», 2014, p. 94.
29. *Uchenye ubavili 100 kg oskolku chelyabinskogo meteorita* [Scientists Has Lowered 100 kg Chipping Chelyabinsk Meteorite] (21.11.2014). – Available at: <http://dostup1.ru/society/Uchenye-skostili-100-kg-oskolku-chelyabinskogo>
30. *Chelyabinskaya oblast' voshla v troyku regionov-liderov po sostoyaniyu biznes-klimata* [Chelyabinsk Region is among the Three Leading Regions for Business Climate] (11.12.2012 г.). Available at: <http://echochel.ru/programs/razbor-poletov/?page=15>
31. Eksklyuziv. V Chelyabinske raspilivayut inoplanetnyy ob"ekt s Magadana [EXCLUSIVE. An Alien Object from Magadan will be swan in Chelyabinsk] (19.12.2013 г.). Available at: <http://dostup1.ru/society/V-Chelyabinske-raspilivayut-inoplanetnyy-obekt-s-Magadana.html>
32. *Yuzhnoural'skiy dzyudoist sobiraetsya prilozhit' svoyu ruku k porazheniyu vos'mikratnogo chempiona mira* [Yuzhnouralsky Dzyudoist is Going to Have a Hand to Defeat Eight Times World Champion] (02.09.2014). Available at: <http://www.up74.ru/rubrics/obrazovanie-i-sport/2014/>

Lidya K. Lobodenko, Candidate Degree in Pedagogy, Associate professor, Head Department of “Mass Communication”, South Ural State University (Chelyabinsk), lobodenko74@mail.ru

Olga N. Zaykova, Candidate Degree in Culturology, Associate professor Department of “Mass Communication”, South Ural State University (Chelyabinsk), zaykova74@mail.ru

Received 6 July 2015

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Лободенко, Л.К. Специфика медиатекста региональных интернет-СМИ / Л.К. Лободенко, О.Н. Зайкова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2015. – Т. 12, № 4. – С. 38–44. DOI: 10.14529/ling150408

FOR CITATION

Lobodenko L.K., Zaykova O.N. Peculiarities of Mediatexts in Regional Internet Media. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2015, vol. 12, no. 4, pp. 38–44. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling150408
