

ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070.11

DOI: 10.17223/19986645/42/13

В.Е. Ершова

ОБРАЗ ЖИТЕЛЯ СИБИРИ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ ТОМСКА И СЕВЕРСКА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ВЫПУСКОВ И РАДИОСООБЩЕНИЙ)

Статья посвящена образу сибиряка и связанному с ним образу Сибири в локальном информационном потоке. Эти образы анализируются на фоне противопоставления «своих» и «чужих». Выделяются также основные автостереотипы, являющиеся составной частью данных образов. В публикации прослеживается связь между «медийным портретом» сибиряков, автостереотипами, фигурирующими в региональном медиапространстве, и формированием социокультурной идентичности жителей Сибири в целом.

Ключевые слова: медийный образ, местные СМИ, сибиряк, Сибирь, стереотип, идентичность.

Постановка задачи

Средства массовой информации играют важную роль в формировании социокультурной идентичности, создавая в сознании реципиентов образы жителей того или иного региона. Если в определенных случаях такие образы создаются намеренно (например, в сообщениях, которые непосредственно посвящены описанию представителей различных регионов или национальным вопросам), то в повседневном информационном потоке они почти неумовимы и нередко размыты.

Цель данного исследования – анализ проблемы формирования образа сибиряка в телерадиопространстве Томска и Северска. Предполагается, что в локальном новостном дискурсе четкий образ жителя Сибири не вырисовывается, что, на наш взгляд, является проблемой, так как этот образ играет особую роль в формировании социокультурной (в некоторых случаях и этнической) идентичности определенной группы людей, населяющих то или иное пространство.

Сибирь является объектом изучения многих научных направлений. Пристальное внимание исследователей из разных гуманитарных областей привлекают темы, фигурирующие в следующих контекстах:

– Политический контекст. Исследование Сибири в рамках этого дискурса, нередко во взаимосвязи с экономическими темами, охватывает проблемы сепаратизма и взаимоотношения Сибири и центра, Сибири и других регионов, изучается политико-экономическая жизнь региона и т.д. (см., например: [1, 2].

– Массмедийный контекст. В границах этой сферы анализируется образ Сибири в СМИ, влияние традиционных и новых медиа на его формирование и т.д. (см., например: [3].

– Контекст, охватывающий исторический, этнографический, этнологический аспекты, которые нередко связаны с культурологическим аспектом изучения Сибири. Рассматриваются вопросы полиэтничности, сохранения исторического наследия малых народов, а также проблема архаизации и проявления неотрадиционализма (см., например: [4–6]).

Перечисленные контексты (не претендуем на полный перечень – мы отметили лишь основные) имеют точки соприкосновения. Например, в границах отмеченных дискурсов изучаются проблемы культурной, научной и социально-бытовой жизни региона, глобализации и его межкультурных связей. Рассматриваются принципы построения привлекательного имиджа Сибири, мифологизации ее образа. Понятие сепаратизма анализируется как с позиции политического дискурса, так и в аспекте социально-культурных отношений. Особое место в научных дискуссиях занимают социально-психологические проблемы, связанные с региональной и этнической ментальностью, формированием идентичности сибиряков, их мироощущением, функционированием стереотипов о жителях Сибири.

Значимые результаты получены в ходе проведения экспериментов, экспертных опросов, интервью в этой области, причем в границах изучения не только «сибирской идентичности», автостереотипов и гетеростереотипов о сибиряках, но и ценностных ориентиров людей, идентифицирующих себя в качестве русских. Так, Л.И. Ермоленкина и Е.А. Костяшина провели психолингвистический эксперимент, направленный на актуализацию рефлексий этнокультурного характера. Исследователи пришли к выводу, что сейчас актуальна проблема дефицита ценностей, значимых для этнокультурной самоидентификации [7]. Вероятно, выделенная авторами проблема имеет всеобъемлющий характер, что может отражаться и на трансформации стереотипов о русских, изменении образа русского в современной культуре. Возможно, эта проблема может быть обозначена и в отношении «сибирского мироощущения». Непосредственно о сибирской идентичности см. также: [8–10].

Настоящее исследование сосредоточено на проблеме формирования образа сибиряка в телерадиoprостранстве Томска и Северска. На материале томских СМИ проводятся различные исследования, посвященные проблемам идентичности и построения образа не только Томска и его жителей, но и региона в целом. Например, было проведено исследование идентичности сибиряков на материале томских СМИ с помощью контент-анализа и интент-анализа. Его автор заключил, что «сибирская региональная идентичность в целом независимо от тональности ее проявлений в качестве главного существенного признака Сибири, отличающего ее от всех стран и регионов, позиционируется как колоссальный, но пока не востребованный потенциал развития» [11. С. 90] (см. также: [12]). З.И. Резанова, проведя исследование на материале текстов официальных сайтов администрации, национально-культурных автономий, общественно-политических организаций, социальных сетей, посвященных проблемам идентификации и презентации национально-культурных автономий Томска, выявила способы национально-культурной самоидентификации жителей Томска в системе городских институциональных дискурсов, репрезентированных в информационном пространстве Интернета [13]. В рамках медийного дискурса изучаются не только проблемы

формирования идентичности сибиряков, но и вопросы построения медиаобраза региона. Этой теме посвящена, например, монография, М.В. Терских и Е.Д. Маленовой, которые основной акцент сделали на лингвокогнитивном моделировании медийного образа Сибири [3].

Тема настоящей публикации, таким образом, находится на пересечении многих направлений. В то же время автор акцентирует внимание на образе сибиряка в новостном дискурсе местных СМИ, что вносит вклад в уже разработанные темы и вписывается в общий контекст дискуссий.

Заявленная тема актуальна, так как сегодня активно обсуждаются границы этнической и культурной идентичности сибиряков: «...этническая идентичность современного русского населения Сибири может быть охарактеризована как кризисная, поскольку отличается сложностью и противоречивостью, множественностью и многомерностью определений» [14. С. 326].

В результате этносоциологических исследований среди вариантов этнической самоидентификации появились такие, как «сибиряк» и «русский сибиряк», что свидетельствует о росте регионального самосознания, превращении топонима «сибиряк» в этноним [6. С. 316]. В связи с тем, что понятие «сибиряки» многозначно, исследователь М.А. Жигунова выделила пять основных подходов к его определению:

- все люди, живущие на территории Сибири;
- люди, родившиеся и долго живущие в Сибири;
- коренные, местные жители Сибири (аборигены);
- особый тип живущих в Сибири людей с характерными чертами (крепкие, здоровые, выносливые, с хорошими адаптационными способностями, любящие мороз и др.);
- «смешанный этнос», «винегрет народов», сложившийся на основе русских с вкраплениями казахских, татарских, украинских и других черт [6. С. 316].

Кроме того, сибирская идентичность не является сугубо этнической категорией, но не является она и сугубо территориальной [10. С. 28]. Сибирскую идентичность можно рассматривать «в контексте формирования (пусть и в зачаточной стадии) гражданской, политической нации, основанной на все большем осознании жителями Сибирского региона общности интересов и проблем» [10. С. 28].

«Медийный портрет», описываемый в настоящей работе, охватывает все характеристики сибиряков, представленные выше, так как он является собирательным образом жителей Сибири, который включает в себя различные аспекты понятия сибиряка и сибирской идентичности.

По причине того, что «журналист, оператор, телережиссер выступают носителями определенного национально-культурного стереотипа, обусловленного спецификой региона, в котором они живут» [15. С. 88], образ сибиряка в местных СМИ приобрел специфические характеристики. Региональный медийный дискурс, с одной стороны, органично вписывается в более масштабный дискурс федеральных медиа, с другой – отражает местную специфику. Соответственно, локальные СМИ влияют на формирование социокультурной и этнической идентичности жителей определенного региона, которая, с од-

ной стороны, коррелирует с образом этих жителей, создаваемым федеральными каналами, с другой – имеет свои специфические черты.

Материал и методы исследования

Практическим материалом исследования послужили информационные и информационно-развлекательные (например, сюжеты утреннего эфира) теле- и радиосообщения томских и северских СМИ. Материал охватывает период с 9 января 2014 г. по 8 февраля 2015 г.¹ Сюда же включены поздравления, сделанные официальными лицами. В итоге было проанализировано 2 247 сообщений: 1 262 теле- и 985 радиосообщений. Не рассматривались письменные сообщения в газетах, журналах, в частности в интернет-версиях, так как в поле научного интереса входила звучащая речь. Кроме того, телевизионные и радиосообщения ближе друг к другу по жанровым признакам.

В центре внимания оказался материал, напрямую не имеющий отношения к вопросам формирования сибирской идентичности и сходным национальным вопросам, так как он отражает скрытые тенденции, связанные с мироощущением сибиряков.

Выборка материала осуществлялась следующим образом. Были проанализированы сообщения, содержащие слова с морфемой «сибир» (были исключены аббревиатуры, например учитывалось имя собственное Сибирский химический комбинат, но была исключена аббревиатура СХК, не рассматривалось также название города – Новосибирск). Таким образом, мы проанализировали 3 028 фрагментов текстов. В качестве основного метода исследования был выбран контент-анализ.

В процессе работы большое внимание уделялось тому, фигурирует ли в тексте упоминание Сибири (в центре повествования находится не человек) или сибиряка (в центре – человек). В исследовательских целях для удобства обозначим первый параметр как «Сибирь», второй – как «сибиряк». Параметр «Сибирь» рассматривается в различных аспектах и в то же время в обобщенном виде. Здесь под «Сибирью» подразумевается не только территориальный объект, экономическая зона и т.п., но также то, что имеет отношение к Сибири, характерно для нее, то, что создано или выведено в Сибири, и т.п. (например, «сибирский кедр», «сибирский отборочный этап» и т.д.). Параметр «сибиряк» характерен для текстов, в центре которых находится человек, т.е. это параметр, базирующийся на принципе антропоцентризма. В рассматриваемых текстах не всегда фигурирует упоминание именно сибиряка: в эту группу включены также «житель Сибири», «сибирская молодежь» и т.п. Кроме того, в эту категорию входит и собирательный образ, реализуемый в тексте имплицитно (например, «я удовлетворен тем, как выступила Сибирь», т.е. сибирские спортсмены). Итак, упоминания, связанные с параметром «Сибирь», встретились в 2 621 фрагменте, «сибиряк» – в 203. В 204 фрагментах упоминались как «Сибирь», так и «сибиряк». Таким образом, можно предположить, что образ Сибири имеет более явные очертания, нежели образ человека-сибиряка.

¹ Мониторинг сообщений предоставлен Информационным агентством «Время Томска».

Образ и стереотипы

Медийный образ того или иного сообщества отчасти строится на стереотипах: какна автостереотипах (выражаются в приписывании определенных стереотипных черт своей группе), так и на гетеростереотипах (стереотипы о чужой группе)¹.

Стереотипные представления о Сибири в целом сводятся кследующим темам: природно-климатические особенности Сибири; географические размеры; географическая отдаленность, в некоторых сообщениях эта тема связывается с экономической и социальной неразвитостью; противоположный предыдущему стереотип о том, что Сибирь *«способна накормить половину страны»*.

Стереотипы о сибиряке неразнообразны. В сообщениях подчеркивалась выносливость жителей Сибири, закаленность, сибиряки характеризовались как могучие люди с хорошим здоровьем. В результате анализа текстов был сделан вывод о том, что в новостном дискурсе сибиряк характеризуется как человек отзывчивый, гостеприимный, терпимый к другим людям (по какому признаку – не отмечалось). Кроме того, житель Сибири неприспособлен в бытовом плане и умеет жить в гармонии с природой (эти два стереотипа, как правило, встречались в одних и тех же контекстах).

Далее образы Сибири и сибиряка будут описываться с учетом выделенных стереотипов.

Образ Сибири и сибиряка в локальном информационном потоке

Показателем самочувствия группы может служить то, каким образом каждый ее членсоотносит представления о себе и своем пространстве. Если он чувствует, что живет в гармонии с пространством, то формируется позитивная социокультурная идентичность, если в дисгармонии – негативная.

Предполагается, что образ жителя той или иной территории непосредственно связан с ее образом, образом пространства. По этой причине «медийный портрет» Сибири был воссоздан прежде чем образ сибиряка.

Пространство Сибири в новостном дискурсе имеет следующие черты. Перед зрителями и слушателями Сибирь предстает как географическое пространство: актуализируются как реальные географические характеристики,

¹ Социальный стереотип – это «стандартизированный, устойчивый, эмоционально насыщенный, ценностно определенный образ, представление о социальном объекте» [16. С. 502]; в его основе находится «реальный психологический феномен генерализации, обобщения, схематизации данных своего и чужого опыта» [16. С. 502–503]. Например, этнические стереотипы играют важную роль в формировании этнического образа, так как позволяют выделить наиболее типичные и важные характеристики этноса.

Публикация посвящена именно медийному образу, а не системе стереотипов по нескольким причинам. Во-первых, выделение стереотипов – сложный процесс с методологической точки зрения, по этой причине сложно определить, что является стереотипом, а что нет. В данном случае автор, идентифицируя себя в качестве сибирячки, выделяла стереотипы интуитивно, опираясь на основные характеристики стереотипов в целом и на различные методики определения стереотипов в частности ([17–21]). Таким образом, при исследовании стереотипов частично использовался метод интроспекции. Во-вторых, в этой статье «образ» – более широкое понятие, нежели «образ», используемый в определении стереотипа. Здесь «образ» включает в себя и нестереотипные характеристики объекта. Итак, в рамках заявленной темы выделение отдельной классификации стереотипов не является важным. Однако рассматривать медийный образ той или иной группы вне стереотипов невозможно. По этой причине в публикации представлен не претендующий на полноту список стереотипов, которые встретились в массиве рассматриваемых текстов.

так и образные, субъективные (например, *просторы Сибири, на огромных пространствах Сибири*). В текстах этой категории акцентируется внимание и на географической отдаленности, которая иногда связывается с экономической и социальной неразвитостью (*техническую отсталость сибирской глухомани*). Кроме того, в сообщениях очерчивается и экономическое пространство Сибири в целом. В текстах отмечается и агропромышленный потенциал Сибири, связанный со стереотипом о том, что она *способна накормить половину страны* («Вести-Томск. События недели», «Вести 24»). Необходимо отметить, что иногда в сообщениях затрагивается вопрос об экономической, социальной отсталости региона (*оживить экономику Сибири*). Стоит подчеркнуть, однако, что «чужой», по отношению к которому Сибирь является «отсталой» или «неразвитой», не эксплицируется. Особое место в новостной картине занимает природно-климатическое пространство Сибири (*сибирские морозы*), в частности, в текстах упоминаются природные ресурсы и богатства Сибири. В рассматриваемых сообщениях, однако, образ суровой природы не гипертрофируется. Отдельно можно выделить пространство науки, новых идей, инноваций. Вероятно, проявление этой характеристики на фоне иных черт исследуемого объекта связано с тем, что Томск является одним из крупнейших научно-образовательных центров страны. Сибирь описывается журналистами также в качестве культурного пространства. Этот образ, однако, однобокий: в текстах на эту тему не раскрывается идея сосуществования или, наоборот, столкновения культур, не описывается «своя» и «иная» культура. Таким образом, это пространство нельзя назвать мультикультурным. В целом пространство Сибири не характеризуется как экзотическое, «особая» жизнь в Сибири не противопоставляется «нормальной» жизни за ее пределами.

В местном информационном потоке вырисовываются некоторые сферы жизни сибиряка: экономическая, культурная, научная, а также особенности жизни в определенных природно-климатических условиях. Проявляются психологические и физиологические черты сибиряка. В рассматриваемых текстах актуализируется стереотип о физических качествах сибиряка: крепкое здоровье, выносливость, закаленность, могучесть. Стереотипы, связанные с психологией сибиряка, а также с социальным поведением, затрагивают темы терпимости, гостеприимства, отзывчивости. В текстах подчеркиваются неприхотливость сибиряков и умение жить в гармонии с природой (*жители Сибири лучше многих умеют получать удовольствие от холодного времени года*, «Вести-Сибирь», «Россия 1», 15 янв.2014). В информационном потоке, однако, не высвечиваются характеристики сибиряка, которые отражали бы гендерные различия. Не встречаются упоминания, имеющие отношение к внешнему облику сибиряка. Не прослеживаются также темы об интеллекте сибиряков (хотя образ Сибири включает в себя идеи инноваций, открытий), житейской смекалке, нет упоминаний и об эстетических предпочтениях сибиряков, плохо вырисовываются бытовые черты, не затрагивается отношение к труду, не встречаются темы, стереотипы, посвященные семейной сфере.

В местных СМИ сибиряк, как правило, собирательный образ. Об этом свидетельствуют собирательные имена существительные, существительные со значением совокупности (например, *молодежь Сибири, сибирское казаче-*

ство, народы Сибири и т.д.). Итак, образ сибиряка нечеткий, имеющий ограниченное количество граней.

В рассматриваемых сообщениях образы Сибири и сибиряка перекликаются нечасто. Так, существует связь только между природными и климатическими особенностями Сибири и психофизиологическими качествами сибиряков (*жители Сибири лучше многих умеют получать удовольствие от холодного времени года*). Например, не встречаются параллели между стереотипами о пространственных характеристиках Сибири и стереотипами о психологических и социальных чертах ее жителей (например, широта души, стремление быть свободным и т.п.).

«Свои» и «чужие» как основа построения медийного образа

Образ группы, на основе которого человек идентифицирует себя в качестве ее представителя, выстраивается с учетом принципа противопоставления «своих» и «чужих». Эта культурная дихотомия занимает особое место в картине мире любой группы жителей той или иной территории. Сравнение с *другим* позволяет идентифицировать себя в качестве представителя *своей* группы, другими словами, ощущение принадлежности к любой группе возникает при сравнении «своего» и «чужого». По замечанию Ю.С. Степанова, «это противопоставление, в разных видах, пронизывает всю культуру и является одним из главных концептов всякого коллективного, массового, народного, национального мироощущения» [22. С. 126]. Более того, образ определенной группы имеет более явные очертания на фоне образов других групп. По этой причине при проведении контент-анализа особое внимание уделялось поиску маркеров «своих – чужих». Такого рода маркеры встретились в 536 фрагментах (17,7% от общего объема упоминаний): показатели «своих» и «чужих» эксплицировались в 173 случаях, в остальных текстах (363 упоминания) выражались неявно.

Языковыми коррелятами переменной «свои», как правило, выступали личное и притяжательное местоимения «мы», «наш» в различных формах, определительные местоимения со значением совокупности (*со всей Сибири, вся Сибирь*), существительные, прилагательные, причастия со значением цельности (*сплоченность, силу сибирского характера* и т.п.) и т.д. Языковые корреляты переменной «чужой» разнообразны: личные и притяжательные местоимения третьего лица множественного числа (*они, их*), местоимение «другой», различные формы степеней сравнения прилагательных и наречий, сравнительные обороты, стилистические приемы, построенные на контрасте (*горячие финские парни – холодная Сибирь*) и т.д.

«Чужой», как правило, проявлялся в следующих параллелях: Сибирь – Россия (в частности, Сибирь – Урал), Сибирь – Украина, Сибирь – центр (Москва, Санкт-Петербург), Сибирь – Европа, Сибирь – США, сибиряки – иностранцы, сибиряки – мигранты, сибиряки – беженцы. В некоторых сообщениях «чужой» вовсе не эксплицировался, например: *результаты доклинических испытаний уже показывают преимущества сибирской разработки перед аналогами*, «Вести-Томск. Утро», «Россия 1».

Наивные представления о «своих» и «чужих» лежат и в основе стереотипов. Важным результатом анализа медиатекстов явилось то, что маркеры «своих» и «чужих» практически не проявились в контексте упоминания сте-

реотипов о Сибири и сибиряках. К таким случаям, т.е. к случаям проявления «своих» и «чужих», можно отнести лишь 31 упоминание, что составляет 1% от общего количества упоминаний.

Стереотипы, построенные на основе сопоставления «нас» и «их», затрагивали следующие темы:

– Погода и особенности климата, природные ресурсы Сибири (например: *горячие финские парни в холодную Сибирь своих элитных буренок ссылали с явной неохотой – санкции*, «Вести-Томск. События недели», «Вести 24», 17 ноября. 2014).

Географическая отдаленность (например, скрытое сравнение города и провинции в Сибири: *ретивость комитета по развитию муниципальной службы разбивается о техническую отсталость сибирской глухомани*, «Час Пик», «ТВ-2», 14 апреля. 2014). Уровень «чужого», однако, здесь иной: в этом примере «чужим» становится один из «своих»; здесь образ Сибири построен на сравнении разных точек одного пространства: центра (города) и периферии («глухомани»). Эта амбивалентность свидетельствует о сращении «продвинутой», «современной» Сибири с чужим несибирским миром.

– Психологические особенности человека, живущего в Сибири (например, сравнение с «чужим», который не конкретизируется в тексте: *жители Сибири лучше многих умеют получать удовольствие от холодного времени года*, «Вести-Сибирь», «Россия 1», 15 января. 2014).

Таким образом, тематическое разнообразие стереотипов, для которых характерно деление на «своих» и «чужих», невелико.

«Стертые» стереотипы: перспективы исследования

В ходе работы была отмечена еще одна особенность. Автостереотипы, как правило, эмоциональные, образные, оценочные, однако в рассматриваемом случае эмоционально окрашенные, выразительные стереотипы встречались достаточно редко. Хотя стереотипам и свойственна стабильность, постоянное использование одних и тех же стереотипов, без вариаций, дополнительных смысловых оттенков, в сходных синтаксических конструкциях может привести к их ригидности. Большая часть рассмотренных стереотипов использовалась в слабой связи с основной мыслью того или иного текста, без дополнительных пояснений, в качестве клише. Таким образом, можно провести параллель со стертыми метафорами: эти стереотипы, потенциал которых используется в текстах не в полной мере (например, не в целях стилистического оформления текста), частично теряют свой эмоционально-оценочный характер. Встречались упоминания другого плана: эмоционально окрашенные и образные. Так, в некоторых текстах встретилась информация с указанием на стереотипы, на их бытование в сознании зрителей и слушателей. Таким образом, здесь речь идет о мотивах, восходящих к каким-либо стереотипам. (Например, *уже давно сложился стереотип, что особенно в Сибири заниматься фермерским хозяйством могут только люди самоотверженные*, «Дежурный по городу», «Губернское ТВ», 10 декабря. 2014). Иногда эта информация сопровождалась развенчанием устоявшихся представлений о Сибири или сибиряках. В отличие от текстов с упоминаниями стереотипов о Сибири и сибиряках, тексты, содержащие отсылку к стереотипам, более эмоциональные, нередко экспрессивные, они имеют большую

прагматическую ценность, так как строятся на контрасте «стереотип – реальность» и, как правило, дополняются стилистическим обрамлением (например, такие упоминания стереотипов нередко сопровождаются стилистическими фигурами и тропами).

Такие фрагменты текстов встречались очень редко (11 упоминаний, примерно 0,5% от общего количества), поэтому не заслужили более детального рассмотрения. Данное направление представляется перспективным в ракурсе научного исследования рассматриваемого объекта.

Выводы

Рассуждения, предложенные в статье, ведут к следующим выводам.

Во-первых, образ сибиряка в информационном потоке местных СМИ проявляется не так явно, нежели образ Сибири. Более того, мотивы, связанные с образом Сибири, не всегда соотносятся с мотивами, которые имеют отношение к образу сибиряка. Упоминание стереотипов в новостном дискурсе ограничено малым количеством тем, что также не позволяет обрисовать портрет сибиряка: в отражении томских и северских медиа образ сибиряка становится нечетким и с трудом уловимым. Кроме того, образ сибиряка и Сибири в целом базируется на «стертых» (по аналогии с метафорами) стереотипах. Здесь подразумевается и шаблонная лексика, и однотипный выбор синтаксических конструкций (например, *в суровых сибирских условиях*). Отсутствие новых ассоциаций может привести к тому, что эти стереотипы перестанут восприниматься эмоционально. Противоположная тенденция была отмечена в процессе анализа фрагментов, содержащих указание на стереотипы. Из-за усиленного прагматического эффекта этих текстов, отсылающих к стереотипам, упоминания Сибири и сибиряка расцениваются нами как более эмоциональные и выразительные.

Во-вторых, в текстовых фрагментах, в которых встречаются характеристики сибиряка, практически отсутствуют показатели «свой – чужой». Эта тенденция свидетельствует не только о размывании образа сибиряка, «затирании» стереотипных представлений о нем, но отчасти и об утрате уникальности и неповторимости жителя Сибири в зеркале местных СМИ, что, на наш взгляд, негативно влияет на формирование социокультурной идентичности. Иными словами, теряется представление о группе, с которой сибиряк может себя идентифицировать, и о группах, с которыми сибиряк может себя сравнить.

Таким образом, подтверждена идея о том, что в местном информационном потоке вырисовывается нечеткий, размытый образ жителя Сибири. Вероятно, выявленная тенденция отчасти связана с этнологической и речевой культурой журналистов, в арсенале которых множество *клише*, которые нередко используются необдуманно и в отрыве от контекста. Например, работники местных СМИ не всегда используют языковой потенциал стереотипов с целью эффективного воздействия на аудиторию. Отмеченная тенденция, однако, может иметь и иные причинно-следственные связи. Например, полное или частичное исчезновение тех или иных реалий могло привести к тому, что некоторые черты сибиряка, фигурирующие в обыденной картине мира жителя Сибири, перестали восприниматься эмоционально. Кроме того, дефицит ценностей, значимых для социокультурной и этнической самоидентифика-

ции, мог стать причиной описанной нами проблемы. Таким образом, источники возникновения этого явления необходимо выявлять в рамках отдельного социологического исследования.

Итак, мы наметили взаимосвязь между медийным образом сибиряка, который отчасти базируется на автостереотипах, и социокультурной и этнической самоидентификацией жителей Сибири. Проведенное исследование подтверждает идею о том, что этот образ многоплановый и в то же время аморфный. Выше мы говорили, что восприятие такого образа сибиряками негативно влияет на формирование их социокультурной идентичности. Появление такого образа в СМИ может быть следствием того, что «сибирская идентичность» – многоплановое и сложное явление, имеющее несколько аспектов интерпретации (этническая, гражданская, региональная и т.д.) [10]. Более того, результаты нашего исследования подтверждают мысль о том, что модель «русского сибирячества» теряет свою актуальность для жителей региона [9]. Согласимся с тем, что для того, чтобы эта модель вновь стала востребованной, «наряду с экономическими и социальными программами развития региона должен возникнуть отвечающий современным реалиям вариант «сибирского мифа»» [9. С. 127].

Таким образом, рассмотрев образ сибиряка в местном информационно-новостном потоке, мы внесли вклад в более масштабное изучение «сибирской идентичности».

Литература

1. Шмат В.В. Мифы региональной политики: сибирский «сепаратизм» // Регион: экономика и социология. 2014. № 2. С. 52–66.
2. Растов Ю.Е., Щербинина Д.И. Сибирский сепаратизм: социологическая экспертиза современных проявлений. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2010. 168 с.
3. Терских М.В., Маленова Е.Д. Медиаобраз сибирского региона: лингвокогнитивное моделирование. Омск: ЛИТЕРА, 2015. 160 с.
4. Сибирский федеральный округ [Электронный ресурс]: Научно-исследовательская база данных «Российские модели архаизации и неотрадиционализма». URL: <http://www.neoregion.ru/sfo.html?PHPSESSID=bc5ffb0b8762006245c8da6a718a2397>
5. Демешкина Т.А. Славянский компонент в самоидентификации жителя Сибири // Русин. 2015. № 3 (41). С. 90–107.
6. Жигунова М.А. Этническая самоидентификация русского населения Западной Сибири в начале XXI века // Проблемы археологии, этнографии, антропологии Сибири и сопредельных территорий. 2008. Т. 14, № 1. С. 314–317.
7. Ермоленкина Л.И., Костяшина Е.А. Аксиологические параметры этнокультурной идентификации: опыт экспериментального исследования // Вестн.Том. гос. ун-та. 2014. № 379. С. 10–16.
8. Фельде О.В. Свои и чужие в языковом сознании сибиряков // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2011. № 3 (15). С. 59–64.
9. Дутчак Е.Е., Капустин В.В. «Русский сибиряк», или Парадоксы региональной идентификации // Общественные науки и современность. 2013. № 4. С. 116–129.
10. Анисимова А.А., Ечевская О.Г. «Сибиряк»: общность, национальность или «состояние души»? // Laboratorium. Журнал социальных исследований. 2012. № 3. С. 11–41.
11. Бочаров А.В. Методологические и эмпирические аспекты изучения региональной сибирской идентичности в информационном поле региональных СМИ // Вестн. Том. гос. ун-та. История. 2012. № 2(18). С. 81–91.
12. Бочаров А.В. Сибирская региональная идентичность в контексте исторического сознания (по результатам контент-анализа томских СМИ) // Вестн. РУДН. Сер. Социология. 2011. № 4. С. 93–100.

13. Резанова З.И. Дискурсивные стратегии презентации национально-культурной идентичности // Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. 2012. № 4(8). С. 40–54.
14. Васеха М.В. Кто такой «сибиряк»: что такое сибирская идентичность? // Вестн. российской нации. 2014. Т. 6, № 6–6. С. 316–327.
15. Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания / науч. ред. А.А. Стриженко. Барнаул: Изд-во АГТУ, 2003. С. 87–91.
16. Социологический словарь / отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. М.: Норма: Инфра-М., 2010. С. 502–503.
17. Некрасова А.Е. Этнические стереотипы в медийном дискурсе: механизмы интерпретации и попытка классификации // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер.19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2009. №2. С. 141–147.
18. Бергельсон М.Б., Некрасова А.Е. Лингвистический анализ стереотипов: баланс между текстом и смыслом // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: материалы ежегодной Междунар. конф. «Диалог». Вып. 9 (16). М., 2010. С. 30–34.
19. Вилинбахова Е.Л. Модели репрезентации стереотипов в русском языке: дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2011. С. 60–132.
20. Березович Е.Л. Этнические стереотипы в разных культурных кодах // Стереотипы в языке, коммуникации и культуре: сб. ст. М., 2009. С. 22–31.
21. Бартминьский Е. Базовые стереотипы и их профилирование (на материале польского языка) // Стереотипы в языке, коммуникации и культуре: сб. ст. М., 2009. С. 11–21.
22. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. 2-е изд., испр. и доп. М.: Академ. проект, 2001. С. 126–143.

THE IMAGE OF SIBERIANS IN THE MEDIA OF TOMSK AND SEVERSK (TELEVISION AND RADIO BROADCASTS)

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology, 2016, 4(42), 168–180. DOI: 10.17223/19986645/42/13

Valentina E. Ershova, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: ervalen@yandex.ru

Keywords: media image, local mass media, Siberian, Siberia, stereotype, identity.

The article studies the problem of formation of the image of a Siberian in the television and radio space of Tomsk and Seversk.

2,247 TV and radio broadcasts of the Tomsk and Seversk mass media were analyzed. The content analysis was chosen as the main method of the research.

There is described not only the “media portrait” of a Siberian, but also the image of Siberia in general. The score is that the image of Siberians in the local data flow is not as obvious as the image of Siberia is. Besides, these images are quite poorly connected with each other.

The media image of an object is based on various characteristics, including stereotypes about it. Thus, the images of Siberians and Siberia were analyzed with due account taken of autostereotypes (stereotypes about an in-group) picked out from the texts. However, in general these “portraits” included non-stereotypical characteristics of the examined objects, too.

One more result obtained from the research is connected with autostereotypes about Siberians and Siberia. Not many autostereotypes were found in the news discourse, and this factor affected their media images: in the Tomsk and Seversk mass media they are indistinct and hardly identified. Besides, these images are built on “dead” stereotypes (by analogy with dead metaphors, which are commonly used in speech). For example, clichés and sentences of the same type indicate these stereotypes.

Another aspect of the work is text search of markers of the opposition “own – alien”. This aspect of the research is connected with a statement that the image of an in-group is built with due account taken of the principle of opposition “us” and “them”. In other words, the sense of belonging to any group arises from comparison of “one’s own” and “another’s”. There are practically no linguistic indicators of the opposition “own – alien” in the texts with characteristics of Siberians. This tendency shows that the image of Siberians became unclear, and it shows partly that Siberia inhabitants lost their uniqueness and originality in the mirror of the local mass media. It is supposed that this factor has a negative influence on the formation of the sociocultural identity of inhabitants of the region. In other

words, the general idea about the in-group, with which Siberians can identify themselves, and about the out-group, with which Siberians can compare themselves, is lost.

Thus, the clear image of an inhabitant of Siberia does not appear in the local data flow. This tendency has a negative character as this image has an impact on the sociocultural identity of Siberians.

References

1. Shmat, V.V. (2014) Mify regional'noy politiki: sibirskiy "separatizm" [Myths of regional policy: Siberian "separatism"]. *Region: ekonomika i sotsiologiya*. 2. pp. 52–66.
2. Rastov, Yu.E. & Shcherbinina, D.I. (2010) *Sibirskiy separatizm: sotsiologicheskaya ekspertiza sovremennykh proyavleniy* [Siberian separatism: a sociological examination of contemporary manifestations]. Barnaul: Altai State University.
3. Terskikh, M.V. & Malenova, E.D. (2015) *Mediaobraz sibirskogo regiona: lingvokognitivnoe modelirovanie* [Media image of the Siberian region: Linguo-cognitive modeling]. Omsk: LITERA.
4. Rossiyskie modeli arkhazitsii i neotraditsionalizma. (n.d.) *Sibirskiy federal'nyy okrug* [Siberian Federal District]. [Online] Available at: <http://www.neoregion.ru/sfo.html?PHPSESSID=bc5ffb0b8762006245c8da6a718a2397>.
5. Demeshkina, T.A. (2015) Traits of the Slavic Identity in the Self-Identification of a Siberian Native. *Rusin*. 3 (41). pp. 90–107. (In Russian). DOI: 10.17223/18572685/41/7
6. Zhigunova, M.A. (2008) Etnicheskaya samoidentifikatsiya russkogo naseleniya Zapadnoy Sibiri v nachale XXI veka [Ethnic identity of the Russian population of Western Siberia in the early twenty-first century]. In: *Problemy arkheologii, etnografii, antropologii Sibiri i sopredel'nykh territoriy* [Problems of archeology, ethnography, anthropology of Siberia and adjacent territories]. XIV:1. pp. 314–317.
7. Ermolenkina, L.I. & Kostyashina, E.A. (2014) Axiological parameters of ethnocultural identification: experimental research data. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 379. pp. 10–16. (In Russian).
8. Fel'de, O.V. (2011) The native and the foreign in the linguistic consciousness of the Siberians. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 3 (15). pp. 59–64. (In Russian).
9. Dutchak, E.E. & Kashpur, V.V. (2013) "Russkiy sibiryak", ili Paradoksy regional'noy identifikatsii ["Russian Siberian", or Paradoxes of regional identification]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*. 4. pp. 116–129.
10. Anisimova, A.A. & Echevskaya, O.G. (2012) "Sibiriyak": Community, Nationality, or "State of Mind"? *Laboratorium. Zhurnal sotsial'nykh issledovaniy – Laboratorium. Social research journal*. 3. pp. 11–41.
11. Bocharov, A.V. (2012) Methodological and empirical aspects of studying of regional Siberian identity in information field of regional mass-media. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istoriya – Tomsk State University Journal of History*. 2(18). pp. 81–91. (In Russian).
12. Bocharov, A.V. (2011) Siberian Regional Identity in the Context of Historical Consciousness (Content Analysis of Tomsk Regional Media). *Vestnik RUDN, seriya Sotsiologiya – Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Sociology series*. 4. pp. 93–100. (In Russian).
13. Rezanova, Z.I. (2012) Discourse strategies of presentation of national cultural identity. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 4(8). pp. 40–54. (In Russian).
14. Vasekha, M.V. (2014) Kto takoy "sibiriyak": chto takoe sibirskaya identichnost'? [Who is a "Siberian": what is a Siberian identity?]. *Vestnik Rossiyskoy natsii*. 6:6-6. pp. 316–327.
15. Strizhenko, A.A. (ed.) (2003) *Zarubezhnaya i rossiyskaya zhurnalistika: transformatsiya kartiny mira i ee sodержaniya* [International and Russian journalism: the transformation of world view and of its content]. Barnaul: Altai State Technical University.
16. Osipov, G.V. & Moskvichev, L.N. (eds) (2010) *Sotsiologicheskii slovar'* [Sociological Dictionary]. Moscow: Norma: Infra-M.
17. Nekrasova, A.E. (2009) Etnicheskie stereotipy v mediynom diskurse: mekhanizmy interpretatsii i popytka klassifikatsii [Ethnic stereotypes in the media discourse: the mechanisms of interpretation and a classification attempt]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 19. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*. 2. pp. 141–147.
18. Bergel'son, M.B. & Nekrasova, A.E. (2010) [Linguistic analysis of stereotypes: the balance between text and meaning]. *Komp'yuternaya lingvistika i intellektual'nye tekhnologii* [Computational

Linguistics and intelligent technology]. Proceedings of the annual international conference “Dialogue”. Vol. 9 (16). Moscow: RSHU. pp. 30–34. (In Russian).

19. Vilinbakhova, E.L. (2011) *Modeli reprezentatsii stereotipov v russkom yazyke* [Models of stereotypes representation in the Russian language]. Philology Cand. Diss. St. Petersburg.

20. Berezovich, E.L. (2009) *Etnicheskie stereotipy v raznykh kul'turnykh kodakh* [Ethnic stereotypes in different cultural codes]. In: Fyodorova, L.L. (ed.) *Stereotipy v yazyke, kommunikatsii i kul'ture* [Stereotypes in language, communication and culture]. Moscow: RSUH.

21. Bartmin'skiy, E. (2009) *Bazovye stereotipy i ikh profilirovanie (na materiale pol'skogo yazyka)* [Basic stereotypes and their profiling (based on the Polish language)]. In: Fyodorova, L.L. (ed.) *Stereotipy v yazyke, kommunikatsii i kul'ture* [Stereotypes in language, communication and culture]. Moscow: RSUH.

22. Stepanov, Yu.S. (2001) *Konstanty: Slovar' russkoy kul'tury* [Constants: Dictionary of Russian culture]. 2nd ed. Moscow: Akademicheskii Proekt.