

На правах рукописи



Сабаева Юлия Сергеевна

**ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ МЕДИАОБРАЗА СИБИРИ
В РЕГИОНАЛЬНОМ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОМ РАДИОДИСКУРСЕ**

10.02.01 – Русский язык

Автореферат
диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Томск – 2019

Работа выполнена в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет».

Научный руководитель: доктор филологических наук, доцент
Нестерова Наталья Георгиевна

Официальные оппоненты:

Ким Лидия Густовна, доктор филологических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет», институт филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций, директор; кафедра русского языка и литературы, профессор

Терских Марина Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского», кафедра теоретической и прикладной лингвистики, доцент

Ведущая организация:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского»

Защита состоится 26 декабря 2019 г. в 10 ч. 00 мин. на заседании диссертационного совета Д 212.267.05, созданного на базе федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» по адресу: 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36 (учебный корпус № 3 ТГУ, аудитория 26).

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке и на официальном сайте федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» www.tsu.ru.

Материалы по защите диссертации размещены на официальном сайте ТГУ: <http://www.ams.tsu.ru/TSU/QualificationDep/co-searchers.nsf/newpublicationn/SabaevaYuS26122019.html>

Автореферат разослан « ____ » ноября 2019 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета



Филь Юлия Вадимовна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Понятие медийного образа (медиаобраза) становится всё более распространённым с развитием средств массовой коммуникации. Медиаобразы, создаваемые в текстах масс-медиа, активно изучаются с позиций гуманитарных наук: философии, психологии, журналистики, медиалингвистики (В.В. Барабаш, Ю.В. Белоусова, С.В. Григорян, О.В. Монастырёва, Т.В. Сезонов, Д.О. Смирнов и др.).

В качестве объекта исследований в работах учёных выступают *медиаобразы различных стран*: России, Китая, Греции, Турции, Анголы, Монголии (Е.Н. Богдан, Г. Димитракопулос, Э.Н. Калупетека, С.В. Григорян, Ц. Ду, Х.Д. Айдоган, О. Аюуш); *образы российских регионов и городов*: Хакассии, Севастополя, Омска, Новгорода, Калининграда (А.В. Гусейнова, Н. Е. Забусова, А.Н. Всеволодова, Л.С. Каплюк, Е.Г. Малышева); *образы политических деятелей*: (А.Г. Шилина, Н.А. Дацюк, К.М. Илларионова, Н. В. Лаврентьева, А. Эбру).

Медиаобраз Сибири в лингвистических исследованиях представлен весьма немногочисленными работами. Широкий поиск позволил обнаружить работы (М.В. Терских, Е.Д. Малёнова, В.Е. Ершова, Н.Г. Нестерова, С. В. Фащанова), в которых обсуждаются вопросы, связанные со стереотипными представлениями о Сибири в СМИ (в прессе и на телевидении) и ролью средств массовой информации в формировании «медийного портрета» жителей Сибири; осуществляется лингвокогнитивное изучение ментальных установок, нуждающихся в усилении и корректировке при моделировании желаемого имиджа данной территории.

Актуальность темы диссертации обусловлена тем, что понятие медиаобраза активно исследуется в гуманитарных науках, является перспективной научной проблемой, при этом слабо изучено в лингвистике.

Понятие *медиаобраз* тесно связано с понятием *имидж*. Основу формирования имиджа определённого региона, а вслед за ним и всего государства, составляют сведения о его экономическом, политическом, культурном развитии. В условиях глобализации всё более важным фактором определения идентичности нации, её самостоятельности и независимости от других становится культурная составляющая, обусловленная самобытностью и неповторимостью исторического развития той или иной народности. Сибирь является значительной частью территории Российской Федерации, и её медийный образ, представленный в просветительском радиодискурсе, демонстрирует географическое богатство и историко-культурное разнообразие не только данного региона, но и России в целом, способствуя таким образом формированию положительного имиджа страны в мире.

Актуальность обращения к региональному радиодискурсу заключается также в том, что радио, благодаря новым формам функционирования и выходу в интернет-пространство значительно расширяет сферы своего влияния на массового адресата. Являясь одним из важнейших средств массовой коммуникации, радио играет существенную роль в формировании медиаобраза российских территорий, при этом

лингвистическое исследование медиаобраза Сибири на материале радиодискурса до настоящего времени не проводилось.

Актуальным представляется исследование медиаобраза Сибири на материале просветительского дискурса, который выдвигается в число ключевых объектов научного изучения в отечественной и зарубежной науке.

Объектом исследования является медиаобраз Сибири, создаваемый языковыми и поликодовыми средствами в радиодискурсе. Под медиаобразом в работе понимается *представление о конкретном объекте, которое создается в радиодискурсе в результате отражения в радиотекстах тех или иных черт данного объекта, эксплицирующихся определёнными языковыми и поликодовыми средствами.*

Предмет исследования – языковые и поликодовые средства, репрезентирующие медиаобраз Сибири в просветительских радиопередачах региональной радиостанции «Радио Сибирь».

Материалом исследования в рамках заявленной темы стали просветительские программы об истории сибирского региона, о сибирских традициях, о деятелях науки и культуры и других известных людях Сибири («Легенды Сибири», «Про Сибирь», «Большая страна. Следуй за нами!»), а также беседы с гостями радиостанции «Радио Сибирь» (с 2014 по 2019 гг.) и посты на официальных страницах в соцсети «ВКонтакте». Общий объём проанализированного материала составил 69 выпусков радиопрограмм, 450 радиосообщений в программе «Про Сибирь», 30 выпусков бесед с гостями студии, более 1000 постов на страницах в соцсети. Базу контекстов составили более 1200 текстов с упоминанием Сибири.

Принципы отбора источников эмпирического материала. В качестве принципов выбора радиостанции и программ определены следующие:

1) Представленность регионального контента в радиийном эфире. Эмпирическим материалом исследования послужили тексты радиостанции «Радио Сибирь», что объясняется преобладанием в них просветительской информации о Сибири и широтой вещания радиостанции. Как следует из отчёта Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям за 2017 год, «Радио Сибирь» является лидером по числу охваченных вещанием регионов, имея 29 действующих передатчиков¹. Актуальные новости на сайте радиостанции сообщают также о победе «Радио Сибирь» в конкурсе Роскомнадзора и расширении территории вещания от Урала до Дальнего Востока².

2) Тематика передач. В рамках заявленной темы основным источником эмпирического материала стали просветительские радиопрограммы и радиопроекты. «Большая страна. Следуй за нами!» – программа, посвящённая географическим

¹ Радиовещание в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития : отраслевой доклад [Электронный ресурс] / под общ. ред. А. Г. Быстрицкого // Федеральное агентство по вопросам печати и массовым коммуникациям : офиц. сайт. – М.: Фонд содействия развитию радиовещания «Академия Радио», 2018. – 125 с. – URL:<http://www.farpmc.ru/rospechat/activities/reports/2017> (дата обращения: 24.02.2019).

² «Радио Сибирь» зазвучит в Оренбурге [Электронный ресурс] // Радио Сибирь : офиц. сайт / Радио Сибирь. Томск. – Электрон. дан. – Томск, 2019. – URL: <https://radiosibir.ru/news> (дата обращения: 01.07.2019).

достопримечательностям России, это «не просто цикл программ на радио, а самодостаточный онлайн-путеводитель по географическим объектам России, как природным, так и созданным человеком»³. «Легенды Сибири» – программа, посвящённая легендам разных народностей, проживающих на территории Сибири. На сайте радиостанции о проекте говорится как о «фантастическом коктейле из мифов и реальных историй»⁴. «Про Сибирь» – «познавательный проект, который откроет слушателю интереснейшие сибирские факты»⁵.

3) Формы репрезентации и варианты доступности эмпирического материала. Избранные для изучения программы имеют разные формы репрезентации: прямой эфир, подкасты, видеозаписи бесед с гостями студии, стенограммы⁶.

4) Возможности связи со слушателем. Главной площадкой общения и обратной связи со слушателями становится официальная группа радиостанции в социальной сети. Посты с актуальными новостями, обзорами, опросами, анонсами радиопередач и афишами предстоящих бесед с гостями студии, которые размещаются на стене «ВКонтакте», как правило, обсуждаются в прямом эфире «Радио Сибирь». В группе социальной сети проводятся развлекательные конкурсы: «Креативный отдел», «Трудности перевода», «Пит-Стоп», «Красава», «Занимательная география» и др., обсуждаются их результаты. Проводимые конкурсы характеризуются высоким познавательным потенциалом.

Просветительский радиодискурс, будучи значительной частью медиадискурса, находится только в начале специального лингвистического изучения (Т.Е. Арсеньева, Н.Г. Нестерова, С.В. Фащанова, Ч. Цзюй). В работах, посвящённых региональному просветительскому радиодискурсу, отмечается, что он представляет собой «специфическое коммуникативное пространство», заключающееся «в общности той части ценностных ориентиров участников коммуникации, которые связаны с Сибирью, её историей, современным состоянием и будущим, с феноменами сибирской культуры»⁷.

Цель исследования – выявить языковые средства формирования медиаобраза Сибири в региональном просветительском радиодискурсе.

Для достижения цели решаются следующие **задачи**:

1. Исследовать современные научные подходы к изучению медиаобраза.
2. Изучить тематику радиопрограмм, направленных на создание медиаобраза Сибири в региональном радиодискурсе.
3. Выявить коммуникативные тактики формирования медиаобраза Сибири в монологических и диалогических просветительских радиотекстах, описать языковые средства их воплощения.

³ Радио Сибирь создаст радиопроjekt при поддержке русского географического общества [Электронный ресурс] // Радио Сибирь : офиц. Сайт / Радио Сибирь. Томск. – Электрон. дан. – Томск, 2019. – URL: <https://www.radioportal.ru/news/novosti-kompanyi/radio-sibir-sozdast-proekt-pri-podderzhke-russkogo-geograficheskogo-obshchestva> (дата обращения: 23.03.2019).

⁴ «Легенды Сибири» [Электронный ресурс] // Радио Сибирь : офиц. Сайт / Радио Сибирь. Томск. – Электрон. дан. – Томск, 2019. – URL: <https://radiosibir.ru/node/13358> (дата обращения: 23.09.2016).

⁵ «Про Сибирь» [Электронный ресурс] // Радио Сибирь : офиц. Сайт / Радио Сибирь. Томск. – Электрон. дан. – Томск, 2019. – URL: <https://radiosibir.ru/node/9945> (дата обращения: 25.04.2017).

⁶ Большая часть текстов стенографирована автором диссертации.

⁷ Нестерова Н.Г., Фащанова С.В. Региональный радиодискурс как специфическое коммуникативное пространство // Мир науки, культуры, образования. – 2016. – №6 (61). – С. 418.

4. Рассмотреть особенности создания медиаобраза Сибири в социальной сети «ВКонтакте».

5. Выявить коммуникативные тактики вовлечения слушателей в формирование медиаобраза Сибири в социальной сети «ВКонтакте», описать языковые и поликодовые средства их воплощения.

Методы и приёмы исследования. В качестве основного метода исследования выступил *метод дискурсивного анализа*, обеспечивший выявление основных коммуникативных стратегий и тактик формирования образа Сибири в региональном просветительском радиодискурсе. При создании классификации коммуникативных стратегий и тактик применялся *метод интен-анализа*, суть которого состоит в переводе конкретного речевого материала в форму коммуникативных намерений адресанта. Анализ языковой репрезентации выявленных стратегий и тактик потребовал применения *лингвистического анализа*, включающего контекстный анализ языковых единиц. Междисциплинарность понятия *медиаобраз* обусловила необходимость проведения *сравнительно-сопоставительного анализа*, посредством которого данное понятие было сопоставлено с понятиями *образ* и *имидж*. Результаты сопоставления позволили выявить и проанализировать основные составляющие понятия медийного образа в лингвистическом аспекте. Данный метод использован также при анализе специфики формирования медийного образа в монологических и диалогических просветительских радиотекстах. При анализе особенностей построения медиаобраза в новых формах существования радиотекста, включающих не только вербальные единицы, но и поликодовые, был применён *метод медиалингвистического анализа*, заключающийся в выявлении способа создания и воспроизведения радиотекста, канала его распространения, определения функционально-жанрового типа и тематической доминанты.

При работе с радиотекстами была применена следующая **методика**:

1. Посредством приёма сплошной выборки были отобраны просветительские программы, посвящённые Сибири.

2. Выбранные программы фронтально прослушивались с целью выделения фрагментов радиотекстов, отвечающих поставленным в диссертации задачам.

3. К выделенным фрагментам создавались стенограммы.

4. Полученные стенограммы подвергались интен-анализу, вследствие чего в них выявлялись коммуникативные стратегии и тактики, направленные на формирование медиаобраза Сибири.

5. Исследовались языковые средства реализации выявленных коммуникативных стратегий и тактик в монологических и диалогических радиотекстах. Анализ способов языковой репрезентации проводился с учётом языковых уровней.

6. В постах социальной сети «ВКонтакте» наряду с языковыми средствами анализировались неязыковые единицы.

Научная новизна исследования обеспечивается рядом факторов.

Впервые медиаобраз Сибири выступает в качестве объекта медиалингвистического изучения. Разработана научная концепция изучаемого

феномена, раскрывающая его сущность, репрезентированную в региональном радиодискурсе.

В работе предложена и реализована методика анализа медиаобраза в коммуникативно-прагматическом аспекте. Впервые выявлены и монографически описаны языковые средства воплощения медиаобраза Сибири в монологических и диалогических радиотекстах. Рассмотрены приёмы формирования изучаемого медиаобраза в социальной сети «ВКонтакте».

В научный оборот введён новый материал о Сибири, обладающий лингвометодической ценностью.

Методологической и теоретической основой диссертационного исследования стали труды учёных, занимающихся изучением *медиаобразов в разных гуманитарных науках*: (Е.Н. Богдан, Ю.В. Белоусов, Е.Д. Малёнова, Е.Г. Малышева, Д.О. Смирнов, М.В. Терских, Л.В. Хочунская); *междисциплинарные исследования, посвящённые имиджу Сибири*: (Л.Н. Бабичев, Е.А. Ваганов, С.А. Красильников, В.А. Ламин, А.Н. Люлько, В.Н. Моргун, В.И. Супрун).

Междисциплинарный подход к исследованию поставленных в диссертации задач потребовал обращения к *работам, посвящённым радиокоммуникации, радиожурналистике* (Е.А. Болотова, А. Бэлл, Н.Н. Ефимова, Я.Н. Засурский, М.В. Зарва, Э. Криселл, Л.А. Круглова, Е.Н. Филимоновых); к *медиалингвистическим исследованиям, направленным на изучение медиадискурса* (М.Н. Володина, Н.В. Бычковская, Т.А. Ван Дейк, Т.Г. Добросклонская, Л.Р. Дускаева, М.Ю. Казак, В.И. Карасик, В.И. Коньков, В.Г. Костомаров, И.П. Лысакова, Г.Я. Солганик, А.В. Полонский, О.И. Таюпова, Т.В. Шмелёва, О.В. Ширяева). Специальное внимание было обращено на *работы, в которых исследуется радиодискурс / радиоречь* (С.В. Андреева, Н.В. Аниськина, Т.Е. Арсеньева, А.В. Болотнов, П.Н. Босый, А.А. Волкова, Л.В. Енина, Л.И. Ермоленкина, Т.П. Куранова, Н.Г. Нестерова, С.В. Фащанова, Ч. Цзюй, Э.В. Чепкина, Г.А. Шевелёв).

Теоретическая значимость проведенного исследования состоит в следующем. Описан феномен *медиаобраза Сибири* в региональном радиодискурсе, предложено его определение. Разработана методика анализа медиаобраза, функционирующего в современном радиодискурсе. Развитие получили отдельные аспекты теории о гипертекстовой сущности современного радиодискурса.

Предложенный в диссертации подход к изучению медиаобраза обеспечивает выход на теоретически значимые аспекты исследования современного медиадискурса и медиатекста и таким образом вносит вклад в развитие медиалингвистики.

Практическая значимость диссертации определяется рядом факторов.

Результаты исследования могут быть использованы при разработке спецкурсов, посвящённых языку масс-медиа, проблемам медиаграмотности, медиаобразования, в том числе преподаванию русского языка как иностранного, лингвокраеведению, и уже получили апробацию в учебном процессе.

Выявленный в ходе исследования комплекс языковых и неязыковых приёмов позволит сформировать оптимальный набор коммуникативных компетенций,

необходимых авторам просветительских медиапроектов для осуществления успешной коммуникации.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Региональный просветительский радиодискурс в основных своих чертах совпадает с общероссийским, при этом имеет специфические признаки, которые дают основание считать его особым коммуникативным пространством. Просветительский радиодискурс о Сибири включает познавательную информацию о природных и культурных объектах, расположенных на территории Западной и Восточной Сибири. Просветительская цель данной разновидности дискурса заключается в распространении знаний о Сибири.

2. Региональный просветительский радиодискурс характеризуется сложной текстовой и коммуникативной структурой. Его составляющими являются звучащие тексты, подкасты радиопрограмм, посты на официальной странице радиостанции в социальной сети «ВКонтакте». Функционирование просветительского радиодискурса в разных форматах представляет медиаобраз Сибири всесторонне и комплексно.

3. Медиаобраз Сибири – ключевая единица просветительского текста о Сибири. Создаваемый специальными вербальными и невербальными средствами медиаобраз Сибири, функционирующий на региональной радиостанции «Радио Сибирь», является действенным инструментом формирования положительного имиджа страны благодаря большому объёму заключённой в нём просветительской информации.

4. Коммуникативная стратегия формирования медиаобраза Сибири на региональной станции «Радио Сибирь» осуществляется посредством набора разнообразных коммуникативных стратегий, тактик и ходов. В монологических радиопрограммах применяемые ведущим коммуникативные стратегии и тактики определяются целеустановкой программы, направлены на побуждение слушателя к познавательной активности. В диалогических программах тактики, используемые ведущим, нацелены на выяснение мнения гостя о Сибири.

5. Официальная страница радиостанции «Радио Сибирь» в социальной сети «ВКонтакте» является коммуникативной платформой для обратной связи от слушателей радиостанции. В группе в соцсети реализуются коммуникативные тактики и ходы, нацеленные на вовлечение слушателя в формирование медиаобраза Сибири.

Достоверность результатов проведённого исследования доказана применением основательной теоретико-методологической базы; анализом актуального эмпирического материала, позволившего рассмотреть особенности регионального просветительского радиодискурса XXI века с учётом его функционирования в традиционных и новых форматах; применением как собственно лингвистических методов и приёмов, так и обусловленных коммуникативно-прагматическим подходом.

Апробация работы. Основные положения диссертации были представлены и обсуждались на международных и российских научных конференциях: III (XVII), IV (XVIII), V (XIX) международных конференциях молодых учёных «Актуальные

проблемы лингвистики и литературоведения» (Томск, 2016, 2017, 2018), Международном молодёжном научном форуме «Ломоносов» (Москва, 2017), Международной научной конференции «Научное наследие В. А. Богородицкого и современный вектор исследований Казанской лингвистической школы» (Казань, 2018); VI Международной научно-практической конференции «Русский язык и литература в контексте глобализации» (Москва, 2018), XIV Конгрессе международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы МАПРЯЛ «Русское слово в многоязычном мире (Нур-Султан, Казахстан, 2019).

Публикации. Основные теоретические положения диссертации нашли отражение в 11 публикациях, в том числе 3 статьи в журналах, включённых в Перечень рецензируемых научных изданий, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Минобрнауки России для опубликования основных результатов диссертаций.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и литературы, включающего 235 наименований, двух приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновываются актуальность и новизна темы диссертации, теоретическая и практическая значимость полученных результатов, определяются объект, предмет, цель, задачи, материал и методика исследования, уточняется принятая в работе терминология, формулируются положения, выносимые на защиту.

Первая глава «Медиаобраз Сибири в региональном просветительском радиодискурсе» посвящена изложению теоретико-методологической базы исследования понятия *медиаобраз* и формам его функционирования в региональном просветительском радиодискурсе.

В **разделе 1.1 «Медиаобраз как объект научного исследования»** исследуются основные теоретические аспекты в определении понятия *медиаобраз* в гуманитарных исследованиях. В **параграфе 1.1.1 «Междисциплинарная природа понятия медиаобраз»** рассмотрены определения данного понятия в журналистике, философии, медиапсихологии, социологии, педагогике.

Анализ научных исследований выявил основные аспекты его изучения: социально-психологический (Д.О. Смирнов, М.В. Зубакин, Л.В. Хочунская, Е.И. Медведская); культурологический (Ю.В. Белоусова, Е.Г. Фирулина); лингвокогнитивный (М.В. Терских, Е.Д. Малёнова, Т.С. Глушкова, О.А. Зайцева); лингвистический (Ю.В. Тимохина, А.Г. Шилина, Н.А. Дацюк, А. Эмбру).

Обзор определений понятия *медиаобраз* в гуманитарных науках позволил сделать важные наблюдения о сущности изучаемого явления.

1. Медийный образ имеет трёхчастную структуру, которую составляют автор, адресат и образ медиаобъекта. Общественное сознание в отношении конкретного явления или объективного факта в большинстве случаев формируется под действием

СМИ. Авторы медиатекстов (журналисты) создают определённый образ медиаобъекта, выделяя различные его характерные черты (положительные и отрицательные). Созданный медиаобраз воспринимается адресатом (читателем, телезрителем, радиослушателем) и по-разному отражается в их сознании.

2. Медийный образ относится к ментальной сфере человека.

Исследователи отмечают, что понятия *образ* и *имидж* «зачастую относят к сфере изучения такой гуманитарной дисциплины, как имагология, науки, занимающейся изучением образа «чужого»⁸. Интерпретация образов разных стран и культур, российских и зарубежных политических деятелей в СМИ находит отражение в разных аспектах журналистики, имиджологии, политологии, психологии, философии, лингвистики (Ю.В. Гранатова, Д.Д. Цирюлик, А.А. Авдашкин, А.А. Пасс, Л. Го, Т.Б. Колышкина, И.В. Шустина).

Понятия *медиаобраз* и *имидж* содержательно и функционально близки. В переводе с английского *media-image* (*медиа* – СМИ; *имидж* – образ, изображение) – «образ в СМИ». Медиаобраз и имидж различаются по инструментарию формирования. Имидж формируется в массовом сознании в виде стереотипа либо стихийно (без помощи PR-акций и рекламы), либо при помощи различных специальных средств и приёмов. Главным инструментом создания медиаобраза являются СМИ, а местом их функционирования – тексты средств массовой коммуникации.

В параграфе 1.1.2 «Медиаобраз как объект медиалингвистики» рассмотрены исследования медиатекстов, осуществлённых на материале разных СМИ: печатных (Т.А. Чернышева, А.Н. Всеволодова, Т.В. Сезонов, В.В. Барабаш), телевизионных (Н.А. Гриднев, С.В. Григорян), текстов социальных сетей (Е.Г. Малышева, Ю.Е. Муравьёва), в которых выявляются те или иные специфичные особенности функционирования медиаобраза.

С учётом определений Т.Н. Галинской, понимающей под медиаобразом в узком значении «фрагменты реальности, описанные в текстах только профессиональных журналистов, отражающих их мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения, а также психологические качества; в широком значении *медиаобраз* – это образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиапространстве (профессиональными журналистами, блоггерами, интернет-пользователями и т. д.)»⁹, актуализируется вопрос о всестороннем изучении данного понятия согласно его трёхчастной структуре (автор–объект–реципиент).

В параграфе 1.1.3 «Методы и подходы к исследованию медиаобраза» на основе анализа научной литературы рассмотрены основные методы изучения медиаобраза, применяемые в лингвистике.

В разделе 1.2 «Структура медиаобраза Сибири в региональном просветительском радиодискурсе» описан региональный просветительский

⁸ Морозова О.В. Речевые способы формирования образа России в российских и американских СМИ: дис. канд. ... филол. наук / О.В. Морозова. – Саратов, 2017. – С. 12.

⁹ Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2013. – № 11 (160). – С. 91.

радиодискурс как коммуникативное пространство, в котором рождается и функционирует медиаобраз Сибири.

В параграфе 1.2.1 «Медиаобраз и имидж Сибири в научных исследованиях» проведён обзор работ, посвящённых вопросу территориального имиджа Сибири. Вследствие потребности в улучшении имиджа конкретной территории, как отмечают многие исследователи, актуальным стало обращение к изучению «медиаобраза города (территории) в контексте практики брендинга территории»¹⁰. Журналисты акцентируют внимание на том, что «от того, насколько узнаваемым будет «лицо» территории, насколько ярким и удобным будет её образ, может зависеть её политический статус и экономическое развитие», поэтому «формирование территориальных имиджей играет существенную роль в информационном освоении страны, включающей огромное количество специфических в культурном отношении субъектов»¹¹. Современное представление о Сибири в сознании людей, не проживающих на её территории, создаётся путём восприятия информации, получаемой из средств массовой коммуникации. Следовательно, актуальным в повышении имиджа региона становится грамотная, продуманная подача просветительской информации о Сибири в СМИ.

В параграфе 1.2.2 «Региональный просветительский радиодискурс как составляющая медиадискурса» отмечается, что, будучи специфическим коммуникативным пространством, региональный *просветительский* радиодискурс нуждается в специальном изучении. Просветительский радиотекст, будучи ядром просветительского радиодискурса о Сибири, расценивается в реферируемой диссертационной работе как носитель культурозначимой информации, знакомящей адресата с историей, географией и культурой регионов Сибири, с проживающими здесь народами, их традициями.

Анализ исследований, посвящённых культурно-просветительскому радиодискурсу (В.В. Барабаш, Ю.Ю. Сладкомедова, Т.Е. Арсеньева) позволил выделить признаки просветительских радиопрограмм.

1) Просветительская направленность: главная их цель – распространение массовому адресату информации с целью расширения его кругозора.

2) Участниками программы могут быть: 1) только ведущий (как транслятор информации) или 2) ведущий и гость, осуществляющие диалог по просветительской проблематике.

3) Автором программы является ведущий.

4) Адресат программы: слушатель, посетитель сайта радиостанции, пользователь группы в социальной сети.

¹⁰ Ланцевская Н.Ю. Медиаобраз территории как комплекс стереотипов брендинга места // Вестник Шадринского государственного педагогического института. – 2015. – № 4 (18). – С. 101.

¹¹ Прасолова О.В. Формирование имиджа региона в средствах массовой информации (на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры): автореф. дис. ... канд. филол. наук / О.В. Прасолова. – Воронеж, 2010. – С. 3.

В разделе 1.3 «Особенности формирования медиаобраза Сибири на радиостанции «Радио Сибирь»» рассматриваются способы репрезентации медиаобраза Сибири на изучаемой радиостанции.

В параграфе 1.3.1 «Культурно-просветительский потенциал регионального радио (на примере радиостанции «Радио Сибирь»»)» проведён анализ культурно-просветительских программ и способов презентации просветительской информации в отобранных для исследования программах, на сайте радиостанции, в группе соцсети «ВКонтакте».

Сибирская тематика обыгрывается в названиях программ – «Берлога», «Йети-шоу», «Легенды Сибири», «Про Сибирь», «Сиб-чарт», «Сибирское утро», «Сибирь танцует» – и в их описании. Например, программа «Сибирь танцует» репрезентируется следующими вербальными средствами на сайте радиостанции: *Вечер пятницы – это начало выходных, а потому интенсивность транспортного и пассажиропотока высока до позднего вечера. Кто-то ещё на работе, кто-то едет домой, а кто-то уже приступил к активному отдыху – и многим хочется праздника. Трёхчасовой ритмичный сет от диджея Радио Сибирь, составленный из хитов поздних 90-х и всех двухтысячных в мелодичных танцевальных обработках создаёт праздничное настроение и делает радио по-настоящему созвучным настроению слушателя. Вечер! Пятница! Сибирь Танцует!*

Единство радио с аудиторией подчёркивается повтором однокоренных единиц *сибирский чарт, сибиряк*; императивными конструкциями *берите, двигайте*. Противопоставление столицы и региона передаётся прагматически нагруженными словосочетаниями и языковыми единицами: *объединённый сибирский чарт, наш рейтинг по желаниям самих сибиряков, повсеместное засилье столичных хит-парадов*.

Одной из главных целеустановок радиостанции становится продвижение региональной культуры. Масштабным и долгосрочным музыкальным проектом на «Радио Сибирь» является программа «Молодая музыка Сибири», созданная «с целью поиска молодых талантливых групп и настоящих сибирских самородков»¹². Известные певцы и деятели культуры, побывавшие в гостях у радиостанции, в разное время давали высокие положительные оценки данному проекту: *На самом деле большое спасибо, что вы включились в это. Смело, я скажу, смело включились. Тут главное, чтобы ребята, которые придут к вам на проект понимали, что не только всё от вас зависит, но и от них тоже. То есть помимо того, что отвечать за свои песни надо самим, но всё же и друзей своих подключать тоже надо, минимально перепостом в социальных сетях. Спасибо, «Радио Сибирь», что вот это взяли.* (Сергей Бобунец, лидер музыкальной группы «Смысловые галлюцинации»¹³).

¹² Радио Сибирь Радио нашей страны! [Электронный ресурс] // Радио Сибирь : офиц. сайт / Радио Сибирь. Томск. – Электрон. дан. – Томск, 2019. – URL: <https://radiosibir.ru> (дата обращения: 23.09.2016).

¹³ Радио Сибирь Радио нашей страны! [Электронный ресурс] // Радио Сибирь : офиц. сайт / Радио Сибирь. Омск. – Электрон. дан. – Омск, 2019. – URL: <https://radiosibir.ru> (дата обращения: 23.09.2017).

В параграфе 1.3.2 «Тематическая структура медиаобраза Сибири на радиостанции «Радио Сибирь»» описывается тематическое разнообразие программ, участвующих в создании медиаобраза Сибири. Медиаобраз создаётся посредством разных в жанровом отношении программ – информационных: «Новости», «Автоновости», «Новости спорта», «Прогноз погоды», «День за днём», «Топ-ньюс», «С Думой о жизни» и др.; просветительских: «Ковровая бомба» (об истории создания всемирно известных музыкальных хитов), «За кадром» (о российском кино), «Странный завтрак» (о национальных кухнях мира), «Легенды Сибири» (о мифах и народных сказаниях), «Большая страна. Следуй за нами!», «Про Сибирь» (об интересных географических лакунах и исторических фактах), «Топ-топ» (о театральных премьерах и концертах музыкальных звёзд в Томске); развлекательных: «Йети-шоу», «Сибирское утро», «Ловец слов», «Креативный отдел», «Трудности перевода», «Бутерброд», «Пит-Стон», «Красава».

Контент радиопрограмм на «Радио Сибирь», следуя музыкально-информационной направленности, содержит значительный объём познавательного материала, который составляют: информация о регионе, его населении, истории. В перечисленных программах создается определенный образ Сибири как места, включающего в себя разнообразные национальные культуры, образовательные и интеллектуальные центры, непрерывно развивающиеся и в то же время хранящие свои исторические ценности.

На основе проведённого обзора программ сделано заключение, что структуру изучаемого медиаобраза составляют такие темы, как путешествия по Сибири, история Сибири, наука и образование в Сибири, жители Сибири, легенды народов Сибири. Выделенные темы раскрываются в программах посредством обсуждения разных аспектов (микротем): *города, достопримечательности, природные объекты (реки, озёра, горы), исторические личности Сибири, её жители, этносы, молодые музыканты, студенты.*

Вторая глава «Коммуникативные стратегии формирования медиаобраза Сибири в региональном просветительском радиодискурсе» посвящена анализу коммуникативных стратегий (КС), реализующих медиаобраз Сибири в текстах программам монологического и диалогического типа.

В разделе 2.1 «Коммуникативные стратегии формирования медиаобраза Сибири в монологических просветительских радиотекстах» анализируются радиопрограммы, автором которых выступает ведущий и в которых ответная реакция адресата в прямом эфире не предполагается. Тексты-реакции слушателей размещаются в электронном формате на сайте радиостанции или в соцсети.

Рассматриваемые радиопрограммы «Легенды Сибири», «Большая страна. Следуй за нами!», «Про Сибирь» различаются жанровой спецификой, содержательным контентом, каналом функционирования.

Разновидности коммуникативных стратегий формирования медиаобраза Сибири в монологических просветительских радиотекстах обусловлены тем, что каждая радиопрограмма имеет свою цель, а следовательно, свою коммуникативную

стратегию. Отсутствие живой обратной связи со слушателем в проанализированных программах предполагает определённый отмеченным обстоятельством набор коммуникативных тактик и коммуникативных ходов для реализации коммуникативной стратегии формирования медиаобраза Сибири.

В параграфе 2.1.1 «Коммуникативная стратегия ознакомления с Сибирью через легенды (на материале программы «Легенды Сибири»)» выявлены и описаны коммуникативные тактики (КТ) и коммуникативные ходы (КХ) указанной стратегии: *КТ локализации легенды* (КХ наименования объекта по названию места расположения, КХ наименования объекта по подобию внешних форм, очертаний, КХ наименования места по географическим особенностям, КХ наименования места по социокультурному предназначению, КХ противопоставления двух наименований одного объекта); *КТ описания особенностей места, связанного с легендой*; *КТ обращения к историческим данным* (КХ сообщения конкретной даты происходящего, КХ сообщения имён реальных исторических личностей, КХ обращения к рассказам очевидцев); *КТ представления культурного фона Сибири* (КХ указания на наличие связи между объектами легенды и событиями в реальной жизни); *КТ включения Сибири в мировое культурное пространство* (КХ нахождения аналогий между всемирно известными реалиями и их «сибирскими двойниками», КХ отсылки к всемирно известным именам исследователей).

Ключевую роль в языковой реализации данной стратегии играют единицы с семантическим компонентом таинственности, загадочности, необъяснимости, отрицательных эмоций – имена прилагательные: *аномальный, загадочный, мистический, необычный, сверхъестественный, странный*; имена существительные: *аномалия, загадка, тайна*; наименования, существ, имеющих отношение к потустороннему миру, и мифических существ: *гном, дух, йети, леший, монстр, мумия, чёрт, чудище, чудовище*; неопределённые местоимения и наречия: *когда-то, где-то, что-то, кто-то, нечто*; эмоционально-оценочная лексика, выражающая отрицательные эмоции: *ужас, страх*; отрицательные характеристики объекта: *страшный, безжизненный*; положительные характеристики: *чудо; красивый, невероятный, сказочный, чудодейственный*. Преобладает группа единиц с семантикой отрицательной оценки.

В параграфе 2.1.2 «Коммуникативная стратегия приглашения в путешествие по Сибири (на материале программы «Большая страна. Следуй за нами!»)» указанная стратегия реализуется посредством *КТ приветствия адресата и обозначения «направления путешествия»*, *КТ анонсирования программы*, *КТ презентации природного объекта* (КХ описания внешних характеристик природных объектов, КХ наименования природного объекта по описанию места, КХ передачи значения природных объектов для современной экономики Сибири, КХ акцентирования внимания на уникальности природных объектов, КХ описания качественных характеристик природных объектов, КХ описания исторической значимости предметов и объектов, КХ нахождения аналогий между всемирно известными реалиями и их «сибирскими двойниками»), *КТ отсылки к легенде, мифу или мистическому рассказу*, *КТ побуждения слушателя к путешествию*.

В языковом воплощении коммуникативной стратегии приглашения в путешествие по Сибири участвуют имена прилагательные, характеризующие природные объекты как уникальные и исторически значимые: *Его главной достопримечательностью является отвесная скала с древними рисунками первобытных людей, возраст которых равен примерно шести тысячам лет («Томская писаница»); Урочище «Провал земли» расположен на правом берегу великой реки Иртыш в Горьковском районе неподалёку от древнего села Серебряное, которое, кстати, тоже имеет особую историю (Урочище «Провал земли»); прилагательные в формах превосходной и сравнительной степеней сравнения, указывающие на возраст объектов, памятников: Хамар-Дабан – **одни из старейших гор планеты («Хамар-Дабан»); Как бы то ни было, стоянка Деринг-Юрях сегодня является самой древней на территории Евразии («Деринг-Юрях»); существительные – наименования исторических эпох и событий, имена исторических личностей: Особый интерес вызывают наскальные рисунки эпохи Средневековья («Сулекская писаница»); Происхождение названия Томи теряется в веках. Однако известно, что славянские поселенцы жили на её берегах ещё задолго до Ермака («Река Томь»); числительные, обозначающие временные периоды: Самые старые находки учёные относят к 5-му тысячелетию до нашей эры. Также археологи установили, что в IX–XIII веках на берегах озёр находились мансийские святилища («Андреевские озёра»).***

Репрезентация объектов и достопримечательностей в радиотекстах строится на большом количестве культурной информации, которая содержится в названии объекта, связана с его историческим прошлым и современным состоянием.

В параграфе 2.1.3 «Коммуникативная стратегия побуждения к познавательной деятельности (на материале программы «Про Сибирь»)» указанная стратегия реализуется при помощи *КТ выявления уникальности различных объектов, расположенных на территории Сибири, КТ передачи неповторимости растительного и животного мира, КТ сообщения имён известных деятелей культуры, науки, политики прошлых веков и современности.*

К языковым единицам, служащим созданию медиаобраза Сибири, относятся многочисленные топонимы, встречающиеся практически в каждом сообщении программы «Про Сибирь»: наименования краёв, областей, районов, городов, посёлков Сибири; наименования рек, озёр, гор, равнин и других природных объектов: *Географический центр России находится в Красноярском крае – им является расположенное в Эвенкии озеро Виви; Единственный в России памятник светофору находится в Новосибирске; Высота Тальникового водопада, который расположен на плато Путорана в Красноярском крае – более 600 метров.*

Побуждение к познавательной деятельности осуществляется посредством вопросов, связанных с мотивировочным признаком в наименовании тех или иных топонимов: *Какой город Сибири, получил своё название от завода? Название города Абаза в Хакасии происходит от сокращения Абаканский Завод; Чем интересна улица Марата в Иркутске? Старое название улицы Марата – улица Луговая. Так она называлась, потому что по этой улице иркутяне выгоняли скот на луга.*

К языковым средствам, репрезентирующим культуруформирующую ценность создаваемого медиаобраза, относятся наименования известных российских и зарубежных фильмов, мультфильмов, книг и их авторов: *Василий Шукшин, уроженец Алтайского села Сrostки, в 1964 году снял фильм «Живёт такой парень», действие которого разворачивается на Чуйском тракте; Трубадур и его друзья из знаменитого мультфильма «Бременские музыканты» поселились в Красноярске в 2007 году; Произведение Достоевского «Записки из Мёртвого дома» создано писателем под впечатлением от заключения в Омском остроге.*

В контексте сибирского региона и его исторического прошлого выделенные наименования способствуют созданию «культурных нитей» между Сибирью как региональным пространством и Россией в целом, а также между Сибирью и мировым пространством.

К единицам синтаксического уровня отнесены: вопросительные предложения с местоимениями (*кто? что? где? в каком?*) или с частицей *ли*; сравнительные конструкции; словосочетания, построенные по модели прилагательное *единственный (ая, ое) + (где?): единственный в Сибири; единственный в России.* Выделенные языковые средства оказывают разностороннее воздействие на адресата, побуждение его к познавательной деятельности путём поиска ответа на прозвучавший вопрос. Вопросно-ответная структура радиотекста облегчает его восприятие и продлевает эффект побуждения к новым знаниям о Сибири.

В разделе 2.2 «Коммуникативная стратегия вовлечения гостя в формирование медиаобраза Сибири в диалогических просветительских радиотекстах» анализируются записи бесед с гостями студии «Радио Сибирь». При анализе медиаобраза Сибири в диалогических радиотекстах акцент сделан на коммуникативных тактиках, применяемых ведущим для выяснения мнения гостя о Сибири, сибирских городах и их жителях. Темы проанализированных бесед носят просветительский и развлекательный характер.

В беседах с разными гостями ведущими применяется разный набор коммуникативных тактик. С известными гостями коммуникативная стратегия формирования медиаобраза Сибири осуществляется посредством реализации *КТ презентации гостя, КТ выяснения впечатления гостя о городе, КТ выяснения особенностей города, его непохожести на другие города Сибири, КТ выяснения впечатления гостя (музыканта) от прошедших концертов и слушателей, КТ оценивания профессиональной деятельности гостей, КТ анонсирования региональных проектов на радио.* В беседах с неизвестными гостями – посредством *КТ презентации гостя, КТ выявления особенностей культурного события, КТ выяснения истоков увлечения.* В беседах с иностранными гостями – при помощи *КТ презентации гостя, КТ выяснения причины приезда в Россию, КТ выяснения мнения иностранного гостя о жизни в России, КТ сравнения поклонников (болельщиков) на родине и в России.*

Анализ бесед ведущего с известными музыкантами, побывавшими в гостях студии «Радио Сибирь» в Томске, Омске, Чите, позволили уточнить, что в создании

медиаобраза Сибири акцент делается на диалоге музыканта со зрителями, которые побывали у него на концерте. Важным становится образ людей, живущих в Сибири. Впечатления музыканта от концерта помогают раскрыть его отношение к сибирякам, выяснить, состоялся ли диалог со слушателем, удалось ли донести до поклонников своё творческое настроение.

Коммуникативные тактики, применяемые ведущими, задают тему, очерчивают круг вопросов для обсуждения. Тактики, используемые гостями, профессионально связанными со сферой культуры, основаны на их впечатлениях от концертов, откликах зрителей, на их эмоциональном единении с аудиторией.

Архивы радиопрограмм свидетельствуют, что гостями студии становятся также люди, занимающиеся развитием региона, города: предприниматели, продюсеры региональных фильмов, участники творческих коллективов и др. В беседах с ними образ Сибири формируется как взгляд «изнутри». Люди, живущие и развивающие разные социальные сферы в регионах, способствуют формированию отдельных сторон образа Сибири через описание характерных особенностей её городов. Коммуникативные тактики, применяемые ведущими, направлены на стремление познакомить слушателей с интересными людьми, сибиряками, которым не безразлична судьба региона.

Результатом реализации в просветительских программах о Сибири стратегии формирования медиаобраза Сибири можно считать получение аудиторией достоверной информации о природных объектах, расположенных в разных регионах Западной и Восточной Сибири, прямое и косвенное побуждение радиослушателей к познавательной деятельности, к стремлению открывать для себя Сибирь, ориентация радиослушателей в культурных событиях региона, в музыкальных новинках, расширение общего культурного кругозора аудитории.

Третья глава «Специфика функционирования медиаобраза Сибири в социальной сети» раскрывает особенности реализации изучаемого медиаобраза в новых формах существования современного радио. Анализ проводится на примере группы в соцсети «ВКонтакте».

В разделе **3.1 «Официальная страница радиостанции в социальной сети как поликодовый текст»** анализируются возможности репрезентации радиотекста в эпоху развития новых коммуникаций. Выход средств массовой информации в Интернет становится одним из обязательных условий их функционирования. Как отмечается исследователями медиатекстов, электронный формат печатных изданий в сети, сайты радиовещательных и телевизионных каналов значительно расширяют читательскую, слушательскую и зрительскую аудитории (С.Г. Носовец, О.А. Вольф, В.А. Лимбах).

Развитие новых коммуникаций XXI века привело к появлению новых сетевых жанров (комментариев, блогов, чатов и др.), что обусловило актуальность изучения особенностей их функционирования (Г.Г. Щепилова, Н.Г. Марченко, Н.Д. Голев, Л.Г. Ким, И.Г. Сидорова, Е.И. Петрова, В.В. Антропова, О.В. Морозова, В.Д. Мансурова). Учёными исследуется жанровая специфика «новых» сетевых

текстов и форматов современных медиакоммуникаций, проводится сопоставление с традиционными СМИ (И.И. Карпенко, Г.А. Соколов, А.Н. Тарасова, Л.И. Белова, А.А. Фролова, А.И. Шакиров, Л.В. Ухова, М.А. Павлов); актуализируется анализ языкового аспекта современных медиа (Е.В. Холодковская, В.П. Абрамов, Г.А. Абрамова, их поликодовой структуры (В.В. Варченко, Н.Н. Вольская, В.И. Коньков, М.В. Загидуллина, Н.Г. Нестерова). Специальное внимание обращено на разные формы виртуальной коммуникации (Э.О. Лассан), особенно на жанр интернет-комментария в соцсети (О.А. Селеменова, В.А. Гридасова).

Современный радиодискурс претерпевает значительные изменения, развивается его гипертекстуальность. Расширяется аудитория радиостанции, осуществляющая рецепцию контента через социальные сети. Например, официальные страницы радиостанций «Радио Сибирь. Томск» и «Радио Сибирь. Омск» в социальной сети «ВКонтакте» на июль 2019 года имеют наибольшее количество подписчиков 23556 человек и 9842 человека соответственно.

Социальная сеть рассматривается как площадка, на которой функционируют поликодовые радиотексты нового формата. Под поликодовостью понимается одно из главных свойств медиатекстов – «взаимодействие семиотических систем, в которых используется разнородный знаковый материал»¹⁴. Официальная страница радиостанции в социальной сети «ВКонтакте» представляет собой современную коммуникативную платформу, на которой осуществляется активный диалог между радиослушателем и ведущим радиостанции, которая характеризуется ярко выраженной поликодовостью.

Структура рассматриваемых официальных страниц «Радио Сибирь. Томск», «Радио Сибирь. Омск» позволяет продемонстрировать отмеченную поликодовость, выделив следующие части пабликов:

1) Профиль: заглавная часть паблика с информацией о наименовании радиостанции, её жанровом направлении, периоде вещания, контактной информации (номер телефона студии, адрес и ссылка на сайт радиостанции). Правая часть профиля содержит панель инструментов, которая обеспечивает обратную связь со слушателями и позволяет «*Написать сообщение*» в прямой эфир радиостанции, «*Включить уведомления*» о новостях в паблике, «*Рассказать друзьям*» о паблике, «*Пригласить друзей*» в данную группу, «*Разрешить сообщения*» от радиостанции, «*Сохранить в закладках*» для возможности быстро найти данную группу.

2) Новостная лента («стена» паблика): центральная часть паблика, на которой размещаются посты (короткие записи) с актуальными новостями, астрологическими прогнозами, обсуждениями новостей, опросами темы дня, играми, розыгрышами, анонсами программ и проч.

3) Участники паблика: список аккаунтов людей, подписанных на паблик.

4) Фотоальбомы: фотографии гостей студии, различных мероприятий, проводившихся радиостанцией.

¹⁴Васильева В. В. Поликодовость медиатекста / В. В. Васильева / Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. – М., 2018. – С. 88–91.

- 5) Видеозаписи: записи бесед с гостями студии.
- 6) Аудиозаписи: подкасты выпусков программ, записи бесед с гостями студии.
- 7) Ссылки: дополнительные ссылки на аккаунты радиостанции в других социальных сетях («Facebook», «Инстаграм»).
- 8) Мероприятия: ссылки на прошедшие и предстоящие события, проведённые и планируемые радиостанцией в будущем.
- 9) Контакты: ссылки на аккаунты радиоведущих, редакторов радиостанции.

Отобранные посредством приёма сплошной выборки записи со стены официальных страниц (посты) радиостанций «Радио Сибирь. Омск» и «Радио Сибирь. Томск» в социальной сети «ВКонтакте», в которых упоминались лексические единицы *Сибирь* и *сибиряк* представлены следующими группами.

1. Информационные – сообщения новостей и опрос слушателей: *Тема дня #Сибирь в теме, Про лето, #Жаркие новости*; сообщения новостей о трендах в культуре, моде: *#Тренды бренды хайп* сообщения прогноза погоды¹⁵.

2. Развлекательные – ток-шоу: *Йети-шоу, Вечерелло*; астрологические прогнозы: *#Астропрогноз, #Восточный гороскоп*; игры, розыгрыши призов, билетов в кино и др.: *Пицца за лица, #Лисий квест, Путь к сердцу, #занимательнаягеография*.

3. Музыкальные – подборки музыкальных треков: *Берлога, Фитнес-клуб, Сибирь танцует, Привет, Петля Лофстрома, Молодая музыка Сибири (#ММК)*.

4. Просветительские – культурные заметки об истории тех или иных музыкальных направлений, музыкальных групп: *#Йетника, #Сибирская йетника*; о национальных кухнях мира и Сибири: *#Здоровый подход*.

5. Изобразительные – фотографии природы и жителей Сибири: *#Моя Сибирь, #Доброе утро, Сибирь*.

В информационных постах обсуждаются новости и события разного масштаба (от местных до мировых). Самыми распространёнными темами в постах являются погода, природа и культура Сибири. Тема погоды нередко служит переходом к культурным новостям, является своеобразным анонсом к музыке, которая будет звучать в эфире, или к обсуждению определённого вопроса, опросу слушателей. Важное место в постах о природе отводится визуализации посредством фото или двигающейся картинки (гифки) с серьёзными или шуточными подписями к ним. Например, *Моя Сибирь* (подпись к ежедневным фотографиям природы на «Радио Сибирь. Омск»); *Доброе утро, Сибирь!* (подпись к ежедневному первому посту в группе «Радио Сибирь. Омск», часто с забавными фотографиями природы или животных).

В разделе 3.2 «Коммуникативная стратегия вовлечения слушателя в формирование медиаобраза Сибири в социальной сети «ВКонтакте» проводится анализ коммуникативных тактик и ходов, реализующих указанную стратегию: *КТ побуждения слушателя к просветительской деятельности* (КХ прямого побуждения, КХ косвенного побуждения, КХ построения мнимого диалога со слушателем, КХ

¹⁵ В постах не везде используется знак решётки и слитное написание нескольких слов.

интриги); *КТ опроса слушателей по актуальным вопросам; КТ ознакомления слушателей с творчеством известных музыкантов и музыкальных групп (КХ призыва голосовать за сибирских исполнителей, КХ привлечения внимания к творчеству гостя студии); КТ анонсирования программы; КТ поддержания диалога с гостем студии после его ухода; КТ объединения разных регионов Сибири в единый регион; КТ создания образа сибиряка (КХ обращения к сибирякам, КХ побуждения к просвещению).*

К поликодовым единицам реализации выявленных выше коммуникативных тактик и ходов отнесены:

1) Хештеги / хэштеги (англ. *hashtag* от *hash* – знак «решётка» + *tag* – метка) – тематический маркер публикаций в блогах и соцсетях, начинающийся с символа #¹⁶. Хэштеги позволяют выделить заголовки для облегчения поиска по ним постов: *#РадиоСибирь, #ЛегендыСибири, #ПроСибирь, #ЭтоИнтересно, #СделаноВСибири, #Путешествия.*

2) Перепосты: ссылки на актуальные новости из официальных страниц других радиостанций или каналов СМИ. Одна и та же новость или анонс к одной и той же передаче для разных городов вещания «Радио Сибирь» может иметь общий источник, что позволяет очертить географию сибирских городов, охваченных радиостанцией.

3) Тематические иллюстрации к анонсам выпусков радиопрограмм.

4) Символические знаки, соответствующие названию передачи, визуально выделяют её в общей ленте записей. Например, к программе «Новости», «Тема дня» (*#сибирьвтеме*) – знак галочки как показатель включённости слушателей в контекст общих новостей; «Легенды Сибири» – силуэт летучей мыши и звёзд (мистический подтекст), «Популярная география» – знак глобуса и др.

Реализация выделенных в разделе коммуникативных тактик и ходов осуществляется единицами разных языковых уровней: Глаголы в императивной форме: *слушай, голосуй, читай, заходи, смотри, присоединяйся, делайте (громче), давайте переведём разговор, угадайте*; положительно-оценочная лексика, связанная с разной тематикой: *идеальная погода, настоящее тепло, тёплая зима, прекрасная работа, лучшие университеты, насладиться (зимой); неистово (врываются в эфир), очень патриотично, очень впечатляет* (о музыке и исполнителях); однокоренные единицы с корнем СИБИР-: *Сибирь, сибирский, по-сибирски, сибиряк, радиосибирский, радиосибиряк*; лексические единицы, связанные с сибирскими реалиями: *Сибирь-матушка, таёжный, йети, чукча.*

В **заключении** подводятся итоги, намечаются дальнейшие перспективы исследования. Делается вывод о том, что просветительский радиодискурс о Сибири – это своеобразное коммуникативное пространство, главной целью которого является распространение знаний о Сибири.

Выбор коммуникативных тактик в формировании медиаобраза Сибири в диалогических программах определяется статусом гостя (музыкант, деятель культуры

¹⁶ Беловодская А. А. Хештэг / А. А. Беловодская / Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. – М., 2018. – С. 421–422.

– широко известный человек, предприниматель, руководитель городской организации
– не всем известный человек, иностранный гражданин).

Исследование способов репрезентации медиаобраза Сибири в социальной сети «ВКонтакте» даёт основание для заключения об активном диалогическом взаимодействии радиостанции с адресатом. Поликодовая структура публика способствует эффективному восприятию создаваемого медиаобраза. Красочные фотографии мероприятий, организуемых радиостанцией; архивы подкастов с выпусками программ и видеозаписей, отражающих беседы с гостями студии; посты с обсуждением актуальных новостей, результаты опросов по теме дня – все эти формы репрезентации медиаобраза Сибири обеспечивают его многоплановость и включают в коммуникацию широкую аудиторию сибирского региона.

Перспективы исследования связаны с вопросами роли адресата региональных радиостанций в создании медиаобраза Сибири. Исследование этой проблемы предполагается осуществить на материале комментариев слушателей к постам о Сибири на официальной странице радиостанции в соцсети. Актуальным представляется изучение вопроса о сходстве и различии коммуникативных тактик формирования медиаобраза сибирских городов местными радиостанциями. Лингвометодический потенциал просветительских радиотекстов о Сибири актуализирует прикладной аспект развития темы, связанный с медиаобразованием.

Приложение А. «Проанализированные выпуски монологических радиопрограмм (радиостанция «Радио Сибирь»)» включает список проанализированных выпусков радиопрограмм.

В приложении Б. Материалы к учебно-методическому пособию «Образ Сибири на уроках РКИ» представлены учебно-методические разработки занятий.

Работы, опубликованные по теме диссертации

Статьи в журналах, включённых в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук:

1. **Сабаева Ю. С.** Медиаобраз Сибири на региональном радио (на материале радиопроекта «Про Сибирь» радиостанции «Радио Сибирь») / Ю. С. Сабаева // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. – 2018. – № 1 (32). – С. 64–69. – DOI: 10.12737/article_5a65a7ed930017.93778630. – 0,7 а.л.

2. **Сабаева Ю. С.** Репрезентация Сибири в культурно-просветительском радиотексте / Ю. С. Сабаева // Казанская наука. – 2019. – № 4. – С. 66–69. – 0,5 а.л.

3. **Сабаева Ю. С.** Медиаобраз Сибири в социальных сетях (на материале официальных страниц радиостанций «Радио Сибирь. Омск», «Радио Сибирь. Томск» в социальной сети «ВКонтакте») / Ю. С. Сабаева // Коммуникативные исследования. – 2019. – Т. 6, № 2. – С. 498–516. – DOI: 10.25513/2413-6182.2019.6(2).498-516. – 1 а.л.

Публикации в прочих научных изданиях:

4. **Сабаева Ю. С.** К вопросу о реализации культурно-просветительской функции в радиопрограмме / Ю. С. Сабаева // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения : сборник материалов III (XVII) Международной конференции молодых ученых. Томск, 18–23 апреля 2016 г. – Томск, 2016. – Вып. 17. – С. 137–140. – 0,2 а.л.

5. **Сабаева Ю. С.** Поэтический текст в формировании лингвострановедческой компетенции иностранных студентов (на материале стихотворений томских поэтов) / Ю. С. Сабаева // Современные образовательные технологии – средство и инструмент преподавания русского языка и литературы : материалы международной научно-практической конференции. – Томск, 02–04 ноября 2016 г. – Томск, 2016. – С. 88–91. – 0,2 а.л.

6. **Сабаева Ю. С.** Коммуникативные тактики создания медиаобраза Сибири в региональном радиотексте [Электронный ресурс] / Ю. С. Сабаева // Огарёв-online. – 2017. – № 4. – 5 с. – URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/kommunikativnye-taktiki-sozdaniya-mediaobraza-sibiri-v-regionalnom-radiotekste> (дата обращения: 03.10.2019). – 0,3 а.л.

7. **Сабаева Ю. С.** Языковые средства представления медиаобраза Сибири на региональном радио [Электронный ресурс] / Ю. С. Сабаева // ЛОМОНОСОВ-2017. Международный молодежный научный форум : материалы XXIV Международной молодежной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Москва, 10–14 апреля 2019 г. – М., 2017. – 2 с. – URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2017/data/section_32_10622.htm (дата обращения: 03.10.2019). – 0,1 а.л.

8. **Сабаева Ю. С.** Коммуникативная стратегия побуждения к познавательной деятельности (на материале радиопрограммы «Про Сибирь») / Ю. С. Сабаева // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения : сборник материалов

IV (XVIII) Международной конференции молодых ученых. Томск, 20–22 апреля 2017 г. – Томск, 2017. – Вып. 18, т. 1 : Лингвистика. – С. 111–114. – 0,2 а.л.

9. **Сабаева Ю. С.** Образ Сибири в новых жанрах масс-медиа (на материале блогов о путешествиях по Сибири) / Ю. С. Сабаева // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения : сборник материалов V (XIX) Международной конференции молодых ученых. Томск, 19–21 апреля 2018 г. – Томск, 2018. – Вып. 19, т. 1 : Лингвистика. – 2018. – С. 87–89. – 0,3 а.л.

10. **Сабаева Ю. С.** Этнокультурный компонент медиаобраза Сибири в лингводидактическом аспекте / Ю. С. Сабаева // Научное наследие В. А. Богородицкого и современный вектор исследований Казанской лингвистической школы : труды и материалы международной конференции. – Казань, 14–17 октября 2018 г. – Казань, 2018. – Т. 2. – С. 217–220. – 0,2 а.л.

11. **Сабаева Ю. С.** Просветительский медиатекст о Сибири в обучении русскому языку как иностранному / Ю. С. Сабаева // Русский язык и литература в контексте глобализации : материалы VI Международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию МАПРЯЛ. – Москва, 16–17 ноября 2018 г. – М., 2019. – С. 456–461. – 0,3 а.л.

Издание подготовлено в авторской редакции.
Отпечатано на участке цифровой печати
Издательского Дома Томского государственного университета
Заказ № 6047 от «25» октября 2019 г. Тираж 100 экз.
г. Томск Московский тр.8 тел. 53-15-28