

На правах рукописи

Цзюй Чуанья

Цзюй Чуанья

**КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ
КУЛЬТУРНОГО СОБЫТИЯ И ЕЁ ЯЗЫКОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ
В КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОМ РАДИОДИСКУРСЕ**

10.02.01 – Русский язык

Автореферат
диссертации на соискание ученой 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:

Малышева Елена Григорьевна, доктор филологических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского», кафедра журналистики и медиалингвистики, заведующий кафедрой

Болотнов Алексей Владимирович, доктор филологических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Томский государственный педагогический университет», кафедра русского языка, профессор

Ведущая организация:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Алтайский государственный университет»

Защита состоится 26 декабря 2019 г. в 13 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/JuCh26122019.html>

Автореферат разослан « ____ » ноября 2019 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета



Филь Юлия Вадимовна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертация посвящена исследованию коммуникативно-прагматической специфики культурно-просветительского радиодискурса.

Актуальность обращения к культурно-просветительскому радиодискурсу и постановка заявленных в работе проблем определяется прежде всего повышенным научным интересом к современной массовой коммуникации. Появление в эпоху интернета новых медиакоммуникаций привело к изменениям во всех традиционных СМИ, в том числе к существенным трансформациям в сфере радиокommunikации. Появление новых форм существования радиотекста и расширение участников радиодискурса выдвигают в число приоритетных исследований специальное изучение происходящих в радиодискурсе процессов и результатов. Таким образом, разрабатываемая в диссертации тема находится в русле актуальных проблем активно развивающегося междисциплинарного научного направления – медиалингвистики. При этом изучению изменений в радиодискурсе в лингвистических исследованиях уделяется всё ещё недостаточное внимание.

Современная лингвистика обращается к изучению вопросов, находящихся в области коммуникативного планирования в разных сферах использования языка. Этим объясняется необходимость в осмыслении методологии и апробации новых научных концепций и исследовательских приёмов для анализа актуальных тенденций в современном радиодискурсе, в котором отражается новая коммуникативная реальность. Проведение исследования на материале культурно-просветительского радиодискурса, функционирующего в многообразии традиционных и обусловленных новыми коммуникациями формах, усиливает актуальность реферируемой диссертации.

Культурно-просветительский дискурс расценивается в работе как стратегический, так как он соотносится с важнейшими стратегиями общества: генеральной задачей культурно-просветительского дискурса как особой сферы коммуникации является просвещение в сфере культуры. Указанный факт определил социальную и лингвистическую значимость изучения способов его организации и функционирования.

Степень разработанности темы исследования. Радиодискурс и радиотекст относятся к числу малоизученных лингвистических объектов. Методология лингвистического исследования современного радиодискурса (и его культурно-просветительского сегмента в частности), функционирующего в условиях новых медиакоммуникаций, находится в стадии становления. Отдельные аспекты исследования российского культурно-просветительского радиодискурса в коммуникативно-прагматическом аспекте находили отражение в работах Т.Е. Арсеньевой, Е.В. Волковой, Н.Г. Нестеровой, Ю.С. Сабаевой, С.В. Фашановой.

Объектом исследования в диссертации выступает русскоязычный культурно-просветительский радиодискурс, **предметом** – коммуникативная стратегия презентации культурного события в текстах разных типов: в звучащих текстах радиопрограмм, блоге радиожурналиста и комментариях адресата к этим текстам.

Цель работы – исследовать особенности языковой реализации коммуникативной стратегии презентации культурного события в радиотекстах и комментариях адресата к ним.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. Изучить теоретические основы исследования современного русскоязычного радиодискурса.
2. Разработать методологию изучения презентации культурного события как ключевой единицы культурно-просветительского радиодискурса.
3. Выявить коммуникативные тактики презентации культурного события, описать языковые средства их воплощения.
4. Изучить комментарий к радиотекстам как структурную и коммуникативную единицу радиодискурса.
5. Выявить тактики и языковые средства комментирования адресатом культурного события, представленного в радиопрограмме.
6. Рассмотреть блог журналиста как структурную и коммуникативную единицу радиодискурса.
7. Выявить тактики и языковые средства комментирования адресатом культурного события, представленного в блоге.

Материалом для исследования выступили три культурно-просветительские программы радиостанции «Эхо Москвы»: «Книжное казино», «Культурный шок», «Непрошедшее время» за 201–2019 годы; комментарии слушателей к выбранным для анализа радиопрограммам; профессиональный блог журналиста указанной радиостанции и комментарии к блогу. Общий объём проанализированного материала составил – 76 выпусков радиопрограмм, 6 выпусков блогов, 3049 интернет-комментариев. Базу контекстов составили 1290 высказываний ведущих и гостей студии, 297 комментариев.

Принципы отбора источников эмпирического материала. В качестве принципов, определяющих выбор радиостанции и программ, определены следующие.

1. Тематика передач, образ адресанта. В рамках заявленной темы основными источниками эмпирического материала стали известные просветительские радиопрограммы – три культурно-просветительские радиопрограммы радиостанции «Эхо Москвы».

«Книжное казино» – «программа, в которую приглашаются руководители крупнейших российских книжных издательств с известными авторами, среди них

современные классики и знаменитые актёры»¹. Ведущие Ксения Ларина и Майя Пешкова вместе с гостями студии рекомендуют новую книгу и рассказывают об авторах.

«Культурный шок» – радиопрограмма, которая обращается к горячим социальным и культурным вопросам. «Ведущая Ксения Ларина вместе с гостями студии – деятелями культуры разбирается в перипетиях культурной жизни»².

«Непрошедшее время» – программа о «культурно-литературном наследии и людях, его олицетворяющих, о том, что было, прошло, но не стало категорией прошедшего времени»³. Ведущая Майя Пешкова и гости студии обсуждают вопросы культуры. Дискурс указанных программ демонстрирует высокий уровень речевого общения, который обеспечивается профессионализмом ведущих и специалистов из разных сфер культуры, приглашённых в студию в качестве соведущих, экспертов.

2. Формы репрезентации первично эфирных программ и варианты их доступности. Избранные для изучения программы имеют разные формы репрезентации: прямой эфир, архивные записи, стенограммы, анонсы программ, видеозаписи радиопередач.

3. Жанровое разнообразие культурно-просветительских текстов. Нередко дискуссия относительно обсуждавшихся в эфире вопросов приводит к тому, что ведущие и гости программы продолжают тему в блогах. На сайте радиостанции «Эхо Москвы» имеют место профессиональные блоги журналистов. При реализованном в диссертации подходе к радиотексту как гипертексту блог рассматривается как часть радиодискурса. В данной работе к анализу привлечён профессиональный блог журналиста Матвея Ганопольского, размещённый на сайте радиостанции «Эхо Москвы»⁴; это серия выпусков, посвящённых китайскому городу Хэйхэ. В качестве культурного события в блоге журналиста в работе рассматривается знакомство пользователей контента радиостанции с культурой Китая.

4. Возможности обратной связи. Ко всем текстам, отобранным для анализа из контента, представленного на сайте радиостанции, у слушателей имеются оценочные суждения. Они выражаются в форме комментариев, оставленных адресатом на сайте радиостанции. Комментарии к радиопрограммам и блогу – новая форма обратной связи, позволяющая слушателям выразить оценочное мнение по отношению к обсуждаемому культурному событию и участникам обсуждения. Эта часть радиодискурса, связанная с комментированием культурного события и оцениванием его участников, квалифицируется в данной работе как продолжение начатой в

¹ «Книжное казино»: <https://echo.msk.ru/programs/kazino/> (дата обращения: 15.03.2019).

² «Культурный шок»: <https://echo.msk.ru/programs/kulshok/> (дата обращения: 15.03.2019).

³ «Непрошедшее время»: <https://echo.msk.ru/programs/time/> (дата обращения: 19.04.2019).

⁴ «Эхо Москвы»: <https://echo.msk.ru/> (дата обращения: 15.03.2017).

программе или блоге беседы, дискуссии и расценивается как коммуникативная единица гиперрадиотекста.

В качестве **единиц анализа** выступают текст, высказывание, диалогические единства, лексические и грамматические единицы языка.

Культурно-просветительский радиодискурс, будучи объектом междисциплинарного изучения, базируется на методологии коммуникативной лингвистики и смежных с лингвистикой наук. **Теоретической и методологической основой** исследования послужили труды в области теории и практики журналистики и медиалингвистики (Е.Л. Варганова, Т.Г. Добросклонская, Л.Р. Дускаева, Я.Н. Засурский, М.Ю. Казак, Е.А. Кожемякин, В.И. Коньков, А.В. Полонский, Т.И. Попова, М.Ю. Сидорова, Т.В. Чернышова); электронных СМИ (А.В. Болотнов, С.А. Варганов, А.Г. Качкаева, В.В. Смирнов, В.Л. Цвик), в том числе культурно-просветительских (В.В. Барабаш, Е.С. Ионкина, О.С. Иссерс, К.С. Крючкова, С.А. Морозова, М.Н. Никитина, В.В. Перевалов, О.В. Роженцова, Ю.Ю. Сладкомедова, М.А. Толстунова); новых форм медиакommunikаций (Е.А. Абросимова, Е.А. Баженова, Л.Е. Васильева, О.Е. Галванова, Е.Ч. Дахалаева, В.В. Дементьев, Е.А. Кожемякин, В.А. Митягина, И.Р. Танабаева, И.Г. Сидорова, Л.Н. Степанова, Н.Г. Нестерова, Г.Г. Зайнуллин, И.А. Иванова, К.В. Капранчикова, П.В. Сысоев, А.М. Хабибуллина).

Методы и приёмы исследования. Основным подходом к анализу культурно-просветительского радиодискурса стал *коммуникативно-прагматический подход*, который позволил проанализировать взаимодействие между коммуникантами, вовлечёнными в общую дискурсивную деятельность, и рассмотреть разновидности коммуникативной стратегии презентации культурного события и реализующие их тактики. В качестве основного метода исследования выступил *метод дискурсивного анализа*. Он обеспечил изучение медиадискурса как динамической системы; применён при определении границ и структуры радиодискурса, его составляющих, способов их коммуникативной связанности. При изучении изменений в радиодискурсе и при сопоставлении коммуникативных тактик и языковых средств, используемых в текстах эфирных записей радиoproграмм и блогов, а также комментариев к этим разновидностям радиотекста, реализован *сравнительно-сопоставительный метод*. Для выявления особенностей функционирования коммуникативных тактик и ходов в радиодискурсе осуществлен *контекстуальный анализ*.

При анализе текста, когда сочетаются коммуникативно-прагматический подход и системно-структурный, основным методом исследования избран *метод научного описания* в совокупности основных приёмов: *наблюдения, обобщения, классификации и систематизации* материала.

Методика анализа эмпирического материала включала следующие этапы:

1. Прослушивание эфирной записи с параллельным чтением стенограммы и выделение коммуникативных стратегий и тактик. Для реализации этого этапа было необходимо проанализировать коммуникативную ситуацию, определить коммуникативную цель говорящих. Для адекватного определения интенций говорящих очень важно прослушивание эфирной записи, так как она передаёт интонационные особенности речи коммуникантов, а стенограмма позволяет уточнить отдельные слова и фразы, не слышанные и недопонятые в процессе восприятия звучащего текста.

2. Описание языковых средств реализации выявленных тактик осуществлялось с учётом их лингвопрагматической нагруженности.

3. Анализ комментариев осуществлялся по нескольким основаниям: дифференцировались положительно-оценочные и отрицательно-оценочные комментарии, их жанровая отнесённость.

4. Характеристика особенностей участников коммуникации (ведущего / автора блога, гостей, слушателей / читателей). На основе комментариев обобщались оценки компетенций участников и требования слушателей в отношении к ним и систематизировались положительно-оценочные и отрицательно-оценочные комментарии; выявлялись языковые средства, подтверждающие сделанные наблюдения.

Научная новизна исследования заключается в том, что культурно-просветительский радиодискурс рассматривается как специфическое коммуникативное пространство, построенное по принципу гипертекста, включающее, наряду с эфирными записями, блог журналиста, комментарии к радиопрограмме и к блогу как текстовые единицы радиодискурса. Определён их культурно-просветительский потенциал, изучена структура через описание коммуникативных тактик и ходов.

Впервые самостоятельным объектом коммуникативно-прагматического исследования просветительского радиодискурса стало культурное событие. В ходе анализа эмпирического материала установлены основные коммуникативные тактики и языковые средства реализации коммуникативной стратегии презентации культурного события, предложено его определение, релевантные цели и задачи проведённого исследования. Культурное событие рассмотрено как ключевая текстоорганизующая единица культурно-просветительского радиодискурса; это реальное событие, обладающее нелингвистической сущностью, являющееся фактом в сфере культуры. Став объектом обсуждения, культурное событие выполняет функцию информационного повода, организует коммуникативную ситуацию, определяет роли её участников, становится таким образом коммуникативной единицей, воплощающейся в языковую материю. Языковые средства, реализующие обсуждение культурного события,

приобретают лингвопрагматическую специфику, направленную на совершенствование духовных и культурных жизненных практик адресата, на развитие его познавательной сферы и формирование нравственных ориентиров.

Теоретическая значимость диссертации состоит в том, что исследование культурно-просветительского радиодискурса как сложного в структурном и коммуникативном отношении медиалингвистического феномена уточняет представление о гипертекстовой структуре современного радиодискурса.

Результаты анализа коммуникативных стратегий, тактик и выражающих их языковых средств в культурно-просветительском радиодискурсе включаются в систему медиалингвистических исследований, проводимых в коммуникативно-прагматическом аспекте, тем самым обогащают теорию медиадискурса.

Результаты анализа комментария к радиотексту как формы обратной связи и коммуникативной единицы радиодискурса являются вкладом в область коммуникативной лингвистики, прежде всего в изучение процесса оценивания речевого поведения участников радиодискурса.

Практическая значимость работы состоит в том, что её материалы могут быть использованы при разработке спецкурсов по современной речевой коммуникации, активным процессам в современном русском языке для направлений «Филология» и «Журналистика». На основе проанализированных радиотекстов разработаны материалы к спецкурсу по аудированию, которые уже апробированы на занятиях по русскому языку как иностранному. Задания ориентированы на иностранных студентов и слушателей, владеющих русским языком на уровне ТРКИ-1 и выше; предназначены для подготовки обучающихся к сдаче экзамена по ТРКИ-2 и для совершенствования навыков аудирования.

Положения, выносимые на защиту:

1. Культурно-просветительский радиодискурс XXI века – это сложный по структуре и коммуникативному функционированию феномен, включающий тексты разных жанров, объединённые культурной тематикой: эфирные записи радиопрограмм, стенограммы эфирных записей, профессиональные блоги радиожурналистов, комментарии адресата к радиопрограммам и блогам.

2. Ключевой текстоорганизующей и коммуникативной единицей культурно-просветительского радиодискурса является культурное событие, посредством презентации которого осуществляются функции передачи культурной информации, просвещения, интеллектуального развития адресата, формирования ценностных ориентиров. Участниками радиодискурса, обсуждающими культурное событие, являются ведущий, приглашённые в программу гости, автор блога, слушатели программы, читатели блога, комментаторы.

3. Коммуникативная стратегия презентация культурного события в радиопрограмме осуществляется посредством 1) *тактики самопрезентации участника программы*, которую реализуют ведущий и гость; 2) *тактики презентации собеседника*, которую преимущественно осуществляет ведущий, в редких ситуациях – слушатель; 3) *тактики обсуждения культурного события*, в осуществлении которой задействованы радиоведущие, гости программы, авторы комментариев. Выделение коммуникативных тактик обосновано представлением о коммуникативном событии как о явлении сложном, многомерном, отношении к которому имеют все участники коммуникативной ситуации: ведущие, гости, слушатели, авторы комментариев к радиопрограмме. Тактики реализуются специально применяемыми коммуникативными ходами (выявлено 36 ходов) и соответствующими им лексическими и грамматическими средствами.

4. Комментарий в радиодискурсе репрезентирует развитие гиперрадиотекста, расценивается как результат новых медиакоммуникаций и как новый текст, формирующий новые дискурсивные практики. Комментарий, оставленный адресатом на сайте радиостанции, является не только формой обратной связи, но и выступает как структурная и коммуникативная единица радиодискурса, которая даёт возможность адресату продолжить дискуссию, открыть новую тему для обсуждения, выразить своё оценочное мнение. Посредством комментариев к проанализированным радиопрограммам осуществляется *коммуникативная тактика оценивания участников культурно-просветительской программы в комментариях адресата: ведущих, гостей*. 20 выявленных коммуникативных ходов вербализуются положительно-оценочными и отрицательно-оценочными высказываниями.

5. Блог журналиста, размещённый на сайте радиостанции, является новым коммуникационным каналом радиодискурсе. Текст блога радиожурналиста также квалифицируется как структурная и коммуникативная единица гиперрадиотекста. Комментарии к изученному блогу адресованы блогеру и другим комментаторам (читателям блога). 17 выявленных коммуникативных ходов репрезентируются положительно-оценочными и отрицательно-оценочными высказываниями; отмечается существенное преобладание отрицательно-оценочных комментариев (более 70 %).

Структура работы. Диссертация состоит из введения, четырёх глав, заключения, списка использованных источников и литературы, приложения, представляющего собой учебно-методическую разработку к спецкурсу «Практикум по аудированию» для изучающих русский язык как иностранный.

Достоверность результатов исследования обусловлена применением основательной теоретико-методологической базы; анализом актуального эмпирического материала, позволившего рассмотреть особенности культурно-

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 диссертационной работы были представлены на международных научных конференциях: XVI, XVII, XVIII и XIX международных конференциях молодых ученых «Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения» (Томск, 2015, 2016, 2017), XVII международной конференции молодых ученых: «INITIA: Актуальные проблемы социальных наук» (Томск, 2016), XIV конгрессе МАПРЯЛ «Русское слово в многоязычном мире» (Нур-Султан, Казахстан, 2019), IX Всероссийской научно-практической конференции «Научная инициатива иностранных студентов и аспирантов российских вузов» (Томск, 2019). Основные положения диссертации нашли отражение в 9 публикациях, 3 из которых опубликованы в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК для опубликования научных результатов диссертаций.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

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

Первая глава «Культурно-просветительский радиодискурс как специфическое коммуникативное пространство» посвящена обоснованию выбора культурно-просветительского радиодискурса для коммуникативно-прагматического исследования.

В **разделе 1.1 «Медиадискурс как объект изучения медиалингвистики»** определяется место медиадискурса в научном контексте, отмечается его сущность. Будучи продуктом медиакоммуникации, медиадискурс функционирует на радио, телевидении, в газетах, интернете и является объектом медиалингвистики. Медиалингвистика отражает междисциплинарный подход к исследованию данного феномена. Основные достижения бурно развивающегося научного направления представлены в коллективной работе «Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник», в которой медиалингвистика описывается как «наука о речевой деятельности в медиа»⁵. Будучи объектом медиалингвистики, медиадискурс изучается в разных аспектах: психологическом, социологическом, когнитивном, прагматическом, коммуникативном и т.д. Для решения поставленных в диссертации

⁵ Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / Под ред. Л. Р. Дускаевой, В. В. Васильева, Ю. М. Коняева, А. А. Малышев, Т. Ю. Редькина. – М. : ФЛИНТА, 2018. – С. 49.

задач избран коммуникативно-прагматический подход, основу которого составляет исследование эффективности взаимодействия участников коммуникации через анализ реализуемых ими интенций и используемых языковых средств.

В разделе 1.2 «**Радиодискурс как разновидность медиадискурса**» подчёркивается, что в условиях новых медиакоммуникаций XXI в. он становится активно развивающейся разновидностью медиадискурса. При этом лингвистические работы, посвящённые радиодискурсу, немногочисленны и относятся преимущественно к последнему десятилетию. Отмеченный факт свидетельствует о том, что данная разновидность медиадискурса находится в начале лингвистического изучения. Анализируются работы, отражающие разные аспекты исследования радиодискурса: жанровый (Е.С. Афанасьева, А.А. Баранова, Т.А. Гридина, С.И. Дубинин, В.А. Егошкина, Е.Г. Малышева, Н.Н. Оломская, М.М. Пензина, Н.В. Позднякова, С.Г. Шулежкова О.Е. Фролова); коммуникативно-когнитивный (А.В. Болотнов, А.А. Волкова, Л.И. Ермоленкина); коммуникативно-прагматический (А.А. Каширин Н.Г. Нестерова, Н.В. Резепова, Л.Д. Торосян, С.В. Фащанова).

В разделе 1.3 «**Радиодискурс и радиотекст. Структура современного радиотекста**» осуществлён анализ концепции о радиотексте как гипертексте⁶, в соответствии с которой радиотекст рассматривается как базовая единица радиодискурса, репрезентированная не только эфирными записями, но и видеозаписями, блогами, комментариями к радиопрограммам и блогам, и реализуется как специфическое пространство радиодискурса. Аргументирована актуальность такого понимания радиотекста применительно к задачам диссертации.

В разделе 1.4 «**Культурно-просветительский радиодискурс как объект коммуникативно-прагматического исследования**» изучаемая разновидность радиодискурса рассматривается с точки зрения его коммуникативно-прагматической направленности и соотносится с культурно-просветительской стратегией, которая нацелена на повышение общего кругозора адресата и приобщение его к российским и мировым культурным ценностям. Реализуется указанная стратегия через распространение информации из сферы культуры. Тексты культурно-просветительских радиопрограмм благодаря присущему им лингвопрагматическому потенциалу удовлетворяют интерес целевой аудитории и настраивают адресата на саморазвитие посредством слушания и чтения.

Во второй главе «**Коммуникативные тактики презентации культурного события и способы их языковой реализации в культурно-просветительском радиодискурсе**» представлено понимание культурного события, принятое в данном исследовании, и описаны коммуникативные тактики, реализующие стратегию

⁶ Нестерова Н. Г. Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект) / Н. Г. Нестерова. – М. : Изд-во Том. ун-та, 2015. – 320 с.

презентации коммуникативного события на примере культурно-просветительских радиопрограмм.

В разделе 2.1 «Понимание культурного события в данном исследовании» подчёркивается, что отнесённость радиодискурса к культурно-просветительскому обусловлена центральным положением в нём культурного события. Культурное событие понимается как многомерное явление, в реализации и освещении которого задействованы профессионально связанные с культурой участники коммуникативной ситуации. Подобный подход убедительно мотивирован в публикации А. А. Степановой, посвящённой анализу культурного события, отражённого в СМИ. Рассматривая выход популярного фильма в качестве культурного события, автор демонстрирует его многомерность, обусловленную появлением в медиaprостранстве связанных с этим событием текстов различных жанров (в их числе «трейлеры с комментариями, интервью с актёрами, режиссёром, автором книг, пресскризы и репортажи о ходе съёмок»⁷). Не менее важен акцент на субъективном восприятии культурного события, которое отражается в текстах, созданных авторами, определённым образом связанными с данным событием.

Реализованное в реферируемой диссертации понимание культурного события согласуется также с позицией, отражённой в работе С. Хоссейнзаде, который, анализируя печатные публикации о культуре, отмечает, что они «не только передают информацию, но и формируют аудиторию посредством личного общения, как с журналистом, так и с героями публикаций»⁸.

К числу культурных событий в работе относятся конкретные культурные мероприятия, в том числе обсуждение книг (книжные новинки, содержание книг, юбилейные даты, связанные с именами писателей и т.д.).

В диссертации исследуемая стратегия рассматривается как сложный процесс, предусматривающий не собственно представление события в сфере культуры, не сообщение о нём, как это могло бы быть в новостном сюжете. В авторской программе презентация культурного события предполагает обсуждение, поэтому включает участвующих в нём лиц, причастных к осуществлению его и / или освещению в СМИ.

Обсуждение культурного события соединяет участников коммуникации: ведущего, гостя, блогера, слушателей, выполняющих свои роли. Ведущий выступает организатором обсуждения культурного события: выбирает тему, определяет информационный повод, приглашает гостей, разрабатывает сценарий программы, осуществляет контроль за развитием темы в процессе обсуждения. Гость программы

⁷ Степанова А. А. Культурное событие в дискурсе массмедиа (на примере англоязычных электронных газет) / А. А. Степанова // Вестник Московского государственного областного университета. – 2013. – № 2. – С. 21.

⁸ Хоссейнзаде С. Тематические особенности публикаций о культуре в печатных СМИ / С. Хоссейнзаде // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2012. – № 4. – С.158.

принимает деятельное участие в обсуждении как лицо, тем или иным образом причастное к обсуждаемому событию, нередко являющееся непосредственным его исполнителем.

Слушатели радиопрограммы и читатели блога, будучи адресатами культурно-просветительской информации, получают новые культурные знания, влияющие на эстетическое и нравственное их преобразование. Выражая в комментариях своё оценочное мнение по поводу обсуждаемых вопросов и в отношении участников коммуникативной ситуации (ведущего, гостя, блогера, других слушателей / читателей), комментаторы также устанавливают свою причастность к данному культурному событию.

Во второй главе стратегия презентации культурного события рассматривается через призму трёх коммуникативных тактик: *самопрезентации участника программы, презентации собеседника и обсуждения культурного события.*

Избранный в работе путь анализа материала осуществляется в соответствии с пониманием коммуникативных стратегий и тактик как совокупности ряда запланированных действий, которые реализуются через коммуникативные ходы, применяемые для достижения коммуникативной цели ⁹.

В разделе 2.2 «**Коммуникативная тактика самопрезентации участника программы**» описываются особенности использования указанной тактики ведущим и гостем программы, которые применяют её с целью аргументировать свою правомочность на участие в обсуждении данного культурного события. Тактика самопрезентации участника программы реализуется через *коммуникативные ходы передачи субъективной информации о себе, передачи объективной информации о себе, апелляции к семье, апелляции к пространству, представления профессиональных достижений, апелляции к авторитету деятелей культуры, актуализации преданности профессии, отождествления, разъяснения, интимизации, установки на оригинальность.*

Ключевую роль в языковом воплощении данной тактики играют синтаксические средства языка: синтаксический параллелизм (*я была молодая, я была корреспонденткой; я была, я стала, я писала, я выбрала*); вводные слова и конструкции, выполняющие функции привлечения внимания к сообщению, внушения определённого отношения к мыслям, фактам (*знаете, понимаете, представьте себе, послушайте, согласитесь, заметьте*); выражения уверенности / неуверенности в сообщаемой информации (*конечно, разумеется, в самом деле, действительно, по-моему, наверное*), передачи чувств и эмоций (*к счастью, к несчастью, к удивлению, к сожалению*).

⁹ Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : URSS/УРСС, 2008. – 208 с.

Частотным является коммуникативный ход интимизации как свидетельство неформального общения ведущих с гостями студии. Выявлено, что в анализируемых текстах в качестве этикетных обращений используется уменьшительно-ласкательная форма имени собеседника как отражение неформальных отношений (*Андрюша, Май, Маечка, Вася*); в обращении к собеседнику применяется *ты*-форма: *Первый вопрос к тебе, сколько тебе лет*; интенция интимизации осуществляется использованием притяжательного местоимения *наш*: *наш друг, наши слушатели, наш товарищ и друг*.

Сопоставление трёх программ показало, что коммуникативная тактика самопрезентации наиболее репрезентативно представлена в программе «Непрошедшее время» с ведущей Майей Пешковой. По жанру программа относится к интервью, значительную часть которого занимает автобиографический рассказ гостя о своей жизни, профессии, семье. Вопросы ведущей так или иначе стимулируют гостя к самопрезентации, к тому, чтобы он мог представить себя в наиболее полной и интересной форме. В двух других программах тактика самопрезентации выражена менее разнообразно, потому что основную цель программ составляет обсуждение проблем в сфере культуры («Культурный шок») или книжных новинок, издательских проектов и т.п. («Книжное казино»).

В разделе 2.3 «Коммуникативная тактика презентации собеседника» рассматриваются коммуникативные ходы *официального представления, апелляции к авторитету деятелей культуры, представления, профессиональных достижений, презентации автора книги, отрицательной оценки, критики*.

Языковое воплощение выявленных коммуникативных ходов направлено на выражение авторского отношения к собеседнику. Например, стремление подчеркнуть особенность, значимость автора книги вербально выражается прилагательными, глаголами и существительными с положительно оценочной семантикой в сочетании с наречиями меры и степени (*прекрасно образованный, очень известный, невероятно светлый, невероятно интересный; много публикуется, много издаем, много титулов*); однородными членами предложения (*писательница и художник, редкий и долгожданный*); формой превосходной степени прилагательного (*известнейший*)¹⁰.

Коммуникативный ход *официального представления* является демонстрацией того, из каких сфер культуры и какого социального, интеллектуального, статусного уровня люди становятся гостями изучаемых радиопрограмм: *журналист и редактор отдела культуры журнала «Огонёк» Андрей Архангельский; народный артист Алексей Баталов; Александр Голубчиков, кинокритик и главный редактор сайта Filmz.ru; Надежда Сикорская – главный редактор ежедневного русскоязычного издания «Нашей газеты»; Александр Кушнир – писатель, журналист и музыкальный*

¹⁰ Определение характера оценочных единиц в работе осуществлялось с учётом контекстного употребления языковых единиц.

продюсер; прозаик, поэт, заслуженный учитель России Евгений Бунимович; профессор Московского университета Мария Голованевская.

Коммуникативный ход представления профессиональных достижений, реализуя тактику презентации гостя, прямо или косвенно указывает на статус, авторитет гостя, популярность в стране и за рубежом. Например, перечисление достижений Дмитрия Смирнова, информация об успехах в профессиональной деятельности подчёркивают, что Дмитрий Смирнов будет играть важную роль в обсуждении вопросов, предлагаемых в программе. Л. Гулько: *Что важно помнить, что Дмитрий Смирнов – это лицо Русской Православной Церкви, он не только получил награды от государства и от РПЦ, но и занимает должность в Московском Патриархате, представляет в СМИ Церковь. В данный момент он является главой патриаршей комиссии РПЦ по делам семьи, материнства и детства* («Культурный шок». 11.06.2015). М. Пешкова: *Почетный профессор университета в Иерусалиме, автор многочисленных статей о русской литературе прошлого века Роман Тименчик, представлял на недавно прошедшей в Москве ярмарке «Non-fiction» последнюю из опубликованных своих книг. Сегодня и вы имели возможность услышать рассказ автора об этом издании* («Непрошедшее время». 10.01.2016).

В разделе 2.4 «Коммуникативная тактика обсуждения культурного события» выявлены коммуникативные ходы: *презентации тематики радиовыпуска, указания даты культурного события, положительной оценки, апелляции к авторитету деятелей культуры, раскрытия роли творческой личности, актуализации проблем в сфере культурной жизни, презентации гостей, участвующих в программе, убеждения собеседника, пожелания, выражения несогласия, презентации жанра книги, положительной оценки презентуемой книги, интимизации.* В качестве наиболее частотных языковых средств выступают оценочная лексика, риторические вопросы, вопросительные и восклицательные предложения.

Выявленные коммуникативные ходы репрезентируют обсуждение культурного события в культурно-просветительской радиопрограмме следующими языковыми средствами: 1) положительно-оценочной лексикой, основу которой составляют прилагательные с положительной оценкой, проявившейся в контексте (*главный, культурный, замечательный, настоящий, известный, ценный, чудный, профессиональный, милый, интересный, дорогой, огромный, крупнейший, звёздный, золотой, качественный, высокий, хороший, понятный, прекрасный, правильный, умный, добрый*); наречия с положительной оценкой (*прекрасно, радостно, понятно, важно, сильно, идеально, грамотно, точно*); 2) словами и словосочетаниями, обозначающими отрезки времени, конкретные даты (*вчера, сегодня, завтра, 11*

декабря, на нынешней неделе, 40-летие, 20 ноября, 700 часов, 70 тысяч, 20 лет, 15 тысяч, в 2015 году, 21-ое число, 10 часов утра, 10 часов вечера, на этой неделе, 5 марта, в 3 часа дня, в начале декабря 2013 года, пятьдесят, 17 октября); 3) вопросительными предложениями, которые используются для развития диалога и уточнения мнения собеседника (*Это последствия «театрального дела», как ты думаешь?; Чем отличаются мелодрамы и комедии?; Ну, что же теперь сделать?; Если не сфера услуг, то какая это сфера?*).

Анализ эмпирического материала показал, что участники в студии стремятся формировать у слушателей положительное впечатление о культурных событиях как о социально значимых.

В исследовании выявлено, что коммуникативная тактика обсуждения книги осуществляется специфическими ходами, обусловленными относительно узким объектом обсуждения: выделены коммуникативные ходы *сообщения о жанре книги; сообщения информации о времени выхода книги, положительной оценки книги; интимизации*. Описание презентации жанра книги, например, показало, что она осуществляется посредством представления монографических исследований: *В общем, вот три книги, про которые я сказал, – это монографии о русских художниках-авангардистах. <...> 2-я книга – это монография об Александре Древинне. Это тоже один из таких ведущих мастеров русского авангарда (Книжное казино. 21.06.2015); документальных книг: И сегодня мы представляем книгу Сесиль, которая называется «За вашу и нашу свободу». Это «Диссидентское движение в России» – подзаголовок этой книги. Как вы понимаете, это не художественная литература, никакого вымысла. Только сплошная документальная правда («Книжное казино». 30.08.2015); художественной литературы: Также у нас книга Валерия Лонского «Падение в колодезь». Это повесть. Валерий Лонской – известный кинематографист, народный артист РФ, сценарист. Вот эту книгу тоже издало издательство «Бослен» («Книжное казино». 26.04.2015); книг, изданных к юбилейным и памятным датам: Мы начнем с книги, которую мы делали к юбилею музея. Это книга Михаила Борисовича Пиотровского, называется «Мой Эрмитаж» («Книжное казино». 23.08.2015), детско-юношеской литературы: Детские книжки, вот оно настоящее счастье («Книжное казино». 11.10.2015). Изучение коммуникативного хода положительной оценки представляемой книги выявило, что она реализуется через оценку содержания книги: *Вот, я открыла это стихотворение. Конечно, такое название ничего не предвещает. Содержание потрясающее совершенно («Книжное казино». 17.09.2017); оформления книги: Потрясающая картина на обложке («Книжное казино». 17.09.2017); качества фотографий: Я добавлю, здесь потрясающий фотоархив. Просто можно отдельно**

рассматривать эти **фотографии**, как свидетельство времени, **удивительные** («Книжное казино». 18.10.2015).

Третья глава «Комментарий к радиопрограмме как форма участия адресата в обсуждении культурного события» начинается разделом **3.1 «Комментарий как жанр новых медиакоммуникаций и новый медиатекст»**, в котором осуществляется анализ научной литературы, посвящённой интернет-комментариям. Комментарий к радиопрограмме рассматривается как результат развития новых коммуникаций, как новая разновидность медиатекста и форма обратной связи в радиодискурсе. Эта часть культурно-просветительского радиодискурса расценивается как продолжение начатой в радиопрограмме дискуссии.

Раздел 3.2 «Коммуникативная тактика оценивания участников культурно-просветительской программы в комментариях адресата» посвящен исследованию тактики оценивания ведущего и гостя культурно-просветительской программы.

Выявлено, что данная тактика выражается как в положительных, так и отрицательных комментариях, которые реализуются соответствующими коммуникативными ходами. Положительную оценку реализуют коммуникативные ходы *похвалы, благодарности, защиты радиоведущего, дружеского совета, сравнения и ход коммуникативного сближения*; отрицательная оценка проявляется в коммуникативных ходах *критики, иронии, сравнения, троллинга*.

Эксплицитная положительная оценка репрезентируется в высказываниях, подчёркивающих, что успех программы обеспечен именно ведущим: **МАЙЯ, молодец, что не перебиваете и даете возможность говорить так, как ДУШЕ ГОСТЯ ХОЧЕТСЯ; Алексей Соломин – молодец, прекрасно провёл передачу: пришёл в тему: то есть хорошо подготовленным**. Имплицитная оценка передаётся в высказываниях о содержании радиопрограммы: **отличная передача; исключительно качественная передача. Глубокие мысли, точные формулировки, актуальные и продуманные; очень интересно! Слушала с величайшим удовольствием; замечательно и очень интересно**. Положительная оценка, адресованная радиоведущему, реализована в 65% комментариев.

Языковыми средствами, выражающими положительную оценку, являются прилагательные: *тёплый, интересный, светлый, хороший, отличный, качественный, замечательный, точный, актуальный, изумительный, умный, образованный, великолепный, хороший, дорогой, уважаемый*; слова категории состояния: *замечательно, интересно, хорошо*; существительные: *молодец, умничка*.

Языковые средства, выражающие отрицательную оценку, представляют прилагательные *лишний, похоронный (голос), безудержный*; наречия *смешно, неприятно, противно*; существительные *вранье, бенефис, пошлость, пропагандист*;

положительно-оценочная лексика разных частей речи в ироничном употреблении: *молодец, идеально, отличный, прекрасный, крутой*; вопросительные и восклицательные предложения в отрицательно-оценочных высказываниях: *Зачем Лариной гости? Она вполне обошлась бы одна...; А не пора ли Лариной пойти совсем отдохнуть? Её отпуск был прекрасен; Как Вы можете уделять столько времени познеру????; Дорогие товарищи из "Эха Москвы"! У Вас хоть какие-то редакторы есть?; Какой ещё эпохе?! Что за бред?!; Кому это интересно?; Ксения, вам обязательно нужно пнуть больную тему с Бычковой??*

Эмоционально-экспрессивные коннотации выражаются на письме прописными буквами **SPASIBO!!!; Светлый Человек Майя Пешкова и передачи у нее светлые. Обожаю!; УСПЕХОВ; СПАСИБО; СПАСИБО БОЛЬШОЕЕЕ!!!!** и др. Используются также оригинальные способы графического выражения экспрессивного выражения положительной оценки, например: **1000000000000+++++**.

В исследовании показано, что тактика оценивания гостя культурно-просветительской программы также реализуется посредством положительных и отрицательных комментариев. Положительная оценка репрезентируется коммуникативными ходами *похвалы, благодарности, признания в любви к гостю, поздравления, пожелания, неформального обращения, комплимента*. Отрицательная оценка реализуется коммуникативными ходами *критики, иронии, троллинга*.

В 56% комментариев слушатели выражают положительную оценку, адресованную приглашённым в программу гостям. Высокий положительный результат объясняется прежде всего тем, что гостями студии являются известные деятели культуры, авторитетные в своей профессиональной сфере люди, которые соблюдают правила хорошего тона, поэтому оставляют у слушателей положительное впечатление.

Языковые средства, которые участвуют в реализации тактики оценивания гостей в комментариях к культурно-просветительской радиопрограмме, следующие: положительно оценочная лексика: прилагательные *замечательный, хороший, интересный, прекрасный, потрясающий, захватывающий, выдающийся, светлый, замечательный, великолепный, уникальный, мудрый, модный, честный, совестливый, блистательный, уважаемый*, и др.; наречия *невероятно, очень, вполне, интересно, совершенно*; существительные *молодец, мудрость, удовольствие, успех, счастье*; отрицательно-оценочная лексика: прилагательные *смешной, несчастный, алчный, недоброжелательный, завистливый, глупый, неприятный, неумный, жирный, скользкий*; междометия *фу, увы, ах, блин, ужас*; существительные и глаголы из сферы стилистически сниженной речи: *дурак, болтуны, позорник, врёт, передёргивает, надоел, грязь*, восклицательные предложения в положительно-оценочных и

отрицательно-оценочных высказываниях, сопровождающихся восклицательным знаком (часто несколькими); однородные члены предложения (для усиления эмоционально-экспрессивного выражения оценки): *замечательный* артист и *замечательный* рассказчик; *В таком возрасте такая память и такая светлая голова; жирный* (это не о внешнем облике – прим. комментатора), *хитрый, умный, скользкий котяра с тремя гражданствами!*; предложения с многоточием (углубляют положительную или отрицательную оценку комментария, обращённого гостю): *Замечательный рассказ... просто нет больше слов...; вот это страшилище...; какие неприятные участники передачи...; средства графики, включая разнообразные смайлы* (применяются для обозначения шутки, выражения критики или другого субъективного чувства): **ПОЗОРИЩЕ; ОСОБОЕ МНЕНИЕ; ВСЁ ВРУТ**; *Просто бы уж написали – МАСТЕР! Это правильнее, ибо Великих Мастеров не существует! Это тоже самое, что Великий Бог, Великий Старец*))).

Во многих высказываниях проявляются одновременно разные интенции комментатора, например: *Лиличка, милая! Спасибо за талант, гражданственность, храбрость. Вы и уже с Вами – цивилизационное будущее страны (интимизация и благодарность); Огромное Вам спасибо! Вы даете будущее талантливым детям, значит есть будущее (благодарность и похвала); Какой, оказывается, Владимир разносторонний человек – ученый, политик, путешественник, писатель. С дебютом и успехов* (поздравление и пожелание); *Браво Кушнер, Браво Смирнов!! Вот так надо говорить о поэтах! Евтушенко долгие лета, здоровья и счастья!* (похвала и пожелание); *У него такие интересные фильмы о его путешествиях, что я до сих пор пересматриваю их. Познера с Ургантом по сравнению с Кожуховым и рядом не поставит. Их фильмы мне были никак ... Очень интересный человек. Спасибо за такого гостя* (благодарность и сравнение) и др.

В четвёртой главе «Блог и комментарий к блогу как структурные и коммуникативные единицы культурно-просветительского радиодискурса» в качестве материала для анализа выступают тексты блога журналиста М. Гананпольского и комментарии к ним читателей.

В разделе 4.1 «Блог как разновидность новых медиакоммуникаций и новый медиатекст» блог рассматривается как явление междисциплинарное, как жанр интернет-коммуникации и как предмет изучения разных гуманитарных областей, которые обуславливают многочисленные определения этого нового типа медиатекста и квалификацию его функций. Будучи одновременно новой формой коммуникации и текстом, порождённым новыми коммуникациями, блог становится предметом изучения разных научных направлений, исследуется в разных аспектах. Изучается статус блога, его функции, жанровое своеобразие личного блога и профессионального. Выявляются признаки блога, общие с другими текстами

медиаферы и специфические. Исследуется соотношение в блоге информационной составляющей и фатической. Рассматриваются коммуникативные цели; гендерные особенности, прагматические параметры, дидактические возможности.

В разделе 4.2 «Комментарий к блогу как форма участия адресата в обсуждении культурного события» акцентируется внимание на том, что в исследовании осуществлён анализ профессионального блога (блога радиожурналиста), размещённого на сайте радиостанции. Коммуникативной целью избранного для анализа блога является расширение общего кругозора адресата, активизация познавательной деятельности посредством знакомства его с современным Китаем, его традициями и современной культурой. Вовлечение читателей блога в обсуждение предложенной тематики обеспечило их включённость в культурное событие.

Текст комментария квалифицируется как коммуникативная единица, которая демонстрирует дискуссию между участниками, включёнными в коммуникативную ситуацию; исследуется тактика оценивания блогера в положительных и отрицательных комментариях.

В положительно-оценочных комментариях оценивание блогера ходами выражается коммуникативными ходами *благодарности, похвалы, сравнения, просьбы, признания в заинтересованности темой блога, защиты блогера, дружеского совета*; отрицательно-оценочные комментарии представлены коммуникативными ходами *критики, иронии, троллинга*. Сделан вывод о том, что преобладание отрицательных оценок в адрес блогера свидетельствует о высокой взыскательности адресата, о требовательности к форме и содержанию предлагаемого контента и об осведомлённости читателей блога в обсуждаемых вопросах.

Оценка в комментариях выражается лексическими, синтаксическими, фонетико-графическими средствами. Характерной особенностью является их выраженная эмоциональность и экспрессивность. Языковые средства реализации коммуникативной стратегии оценивания коммуникативного поведения блогера стали положительно-оценочная лексика: прилагательные *блистательный, настоящий, отличный, классный*; слова категории состояния *интересно, приятно, аппетитно, поучительно, познавательно*; наречия *очень*; глагольные формы в безличном употреблении: *понравилось, нравится*; графические способы выражения: *5+ баллов!, Сравниваю ощущения:); восклицательные предложения Ещё фото!!!; Не думал, что будет так интересно!!!, Рассказ и показ Матвея классный!, Матвей, спасибо!; Нормально! Мне вполне нравится!; устойчивые выражения: выше всех похвал; отрицательно-оценочная лексика: прилагательные *убойный, смертный, ветреный (человек)*; существительное *скука*; однородные члены предложения усиливают отрицательную оценку комментатора, обращённую к блогеру, *убогий, косноязычный,**

неумный русофоб; риторические вопросы: *Матвей Юрьевич! поумерьте что ли?; Матфей, я что-то не пойму – Вам что, не нравятся приличные московские рестораны, или Вас туда не пускают, или денег нет?; Матвей Юрьевич, «Свежий бульён из говяжьих костей» плюс индукционная плита – это прекрасно?; восклицательные предложения: Ну Матвей пока ещё до помоек не добрался!; Это катастрофа! Никогда больше не повторяйте этот эксперимент!*

Положительное или отрицательное отношение комментатора к автору блога проявляется в выборе **обращения**. В положительно-оценочных комментариях используется обращение по имени: *Уважаемый Матвей!; Матвей, спасибо!* В отрицательно-оценочных комментариях в качестве обращения чаще используется фамилия блогера. *Вам, Ганопольский, не мешало бы узнать о Китае хотя бы минимум, ПРЕЖДЕ, чем делать репортажи – халтурные без зазрения совести.* В отрицательных комментариях используется имя с намеренным искажением в написании (*Матфей*), этот приём используется неоднократно.

Выделенная коммуникативная тактика оценивания комментатора также описывается через анализ положительных и отрицательных комментариев, отражающих взаимодействие читателей блога. Положительная оценка в общении между комментаторами случается крайне редко, реализуется коммуникативным ходом *благодарности*. (за поддержку, за чувство юмора). Неизвестный¹¹: *Спасибо за поддержку, но я с ним сам разберусь. Но всё равно спасибо за поддержку; valko: спік2461 Чудный куплетик!:) Спасибо; irdo: Боже, храни наши деньги от портретов Путина// Спасибо. Реально посмеялась.*

Отрицательно-оценочные комментарии заметно преобладают. Отрицательная оценка осуществляется коммуникативными ходами *критики, иронии, спора, возражения, оскорбления, рекомендации*. Интернет-коммуникация предоставляет пользователям возможность свободного высказывания позиции, что обуславливает возможность провокативного общения, поэтому большую долю занимают комментарии с отрицательной оценкой; нередки случаи грубого нарушения речевого этикета со стороны адресата.

Языковыми средствами оценивания читателей блога является отрицательно-оценочная лексика: прилагательные: *глупый, злые, грязный*; отрицательная частица НЕ: *не глубокий, не нравится, не дождетесь, не надо, не было бы*; обращения с уничижительными коннотациями: *чучмек, портянка, хомячок*; вопросительные и восклицательные предложения в отрицательных высказываниях: *Не глубокий!!!; Сколько классов закончили?; Из какого африканского племени будете??*

¹¹ Неизвестный: так в работе обозначается комментатор, не указавший свой никнейм

Выявленные коммуникативные тактики, ходы и реализующие их языковые средства в профессиональном блоге раскрывают возможные аспекты для изучения образа читателей блога. Замечено, что в современной блогосфере комментаторы чаще выражают отрицательную оценку, это является свидетельством формирования тенденции к нарушению речевого этикета в сфере комментирования радиотекстов и – шире – медиатекстов.

В заключении подводятся общие итоги исследования. Разностороннее рассмотрение коммуникативной специфики культурно-просветительского радиодискурса достигнуто благодаря двум факторам: привлечению разнообразного текстового материала и применению коммуникативно-прагматического подхода.

Коммуникативная стратегия презентации культурного события в радиодискурсе рассмотрена на основе совокупности эфирных текстов, размещённых на сайте радиостанции «Эхо Москвы», блогов журналиста, представленных на сайте этой же радиостанции, а также слушательских и читательских комментариев к радиопрограммам и блогу, это позволило провести комплексное исследование с привлечением текстов, функционирующих в различных формах существования: устной (звучащие в эфире) и письменной (блоги журналистов, комментарии слушателей программы и читателей блога).

Исследование стратегии презентации культурного события через совокупность коммуникативных тактик и ходов, предпринимаемых ведущими программ, гостями студии, журналистом-блогером, авторами комментариев к радиопрограмме (её содержанию и к её участникам), к блогу (его автору и другим читателям блога), позволило рассмотреть коммуникативное событие как феномен, отличающийся структурной и содержательной многослойностью и определяющий культурно-просветительский радиодискурс как особое коммуникативное пространство. Благодаря предпринятому подходу удалось связать радиодискурс с актуальными тенденциями и направлениями развития традиционных СМИ, функционирующих в условиях новых коммуникаций.

Реализованный в диссертации вектор исследования заложил основу для новых аспектов изучения культурно-просветительского радиодискурса и – шире – медиадискурса, а также для специального исследования текстов новых медиакommunikаций в их автономности и взаимосвязанности. Перспективными видятся следующие научные проблемы: успешность-неуспешность в радиоречи, взаимодействие вербального и невербального в культурно-просветительском радиодискурсе, лингвопрагматический потенциал культурно-просветительского радиодискурса в аспекте медиаобразования.

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. Фащанова С. В. Коммуникативная стратегия самопрезентации и способы её языкового моделирования в культурно-просветительском радиодискурсе / С. В. Фащанова, **Ч. Цзюй** // Казанская наука. – 2017. – № 3. – С. 59–61. – 0,2 / 0,1 а.л.

2. **Цзюй Ч.** Интернет-комментарий как форма оценивания гостя культурно-просветительской радиопрограммы / Ч. Цзюй // Мир науки, культуры, образования. – 2018. – № 6 (73). – С. 678–680. – 0,5 а.л.

3. **Цзюй Ч.** Стратегия презентации книги в культурно-просветительской радиопрограмме / Ч. Цзюй // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12, вып. 6. – С. 337–341. – 0,5 а.л.

Публикации в других научных изданиях:

4. **Цзюй Ч.** Коммуникативная стратегия презентации коммуникантов в радиопрограмме «Культурный шок» («Эхо Москвы») / Ч. Цзюй // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения : сборник материалов II (XVI) Международной конференции молодых ученых. Томск, 09–11 апреля 2015 г. – Томск, 2015. – Вып. 16. – С. 82–84. – 0,14 а.л.

5. **Цзюй Ч.** Способы языкового воплощения коммуникативных стратегий презентации и самопрезентации в программе «Книжное казино» («Эхо Москвы») / Ч. Цзюй // INITIA: Актуальные проблемы социальных наук : сборник материалов XVII Международной конференции молодых ученых. Томск, 24–25 апреля 2015 г. – Томск, 2016. – С. 75–77. – 0,2 а.л.

6. **Цзюй Ч.** Коммуникативные тактики, реализующие стратегию самопрезентации в радиодискурсе / Ч. Цзюй // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения : сборник материалов III (XVII) Международной конференции молодых ученых. Томск, 18–23 апреля 2016 г. – Томск, 2016. – Вып. 17. – С. 150–152. – 0,2 а.л.

7. Фащанова С. В. Лингвометодический потенциал радиопрограмм о культуре / С. В. Фащанова, **Ч. Цзюй** // Современные образовательные технологии – средство и инструмент преподавания русского языка и литературы : материалы международной научно-практической конференции. Томск, 02–04 ноября 2016 г. – Томск, 2017. – С. 96–99. – 0,3 / 0,15 а.л.

8. **Цзюй Ч.** Языковые средства презентации объекта в блогах / Ч. Цзюй // 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. 123–125. – 0,2 а.л.

9. **Цзюй Ч.** Комментарий к блогу как проявление коммуникативного поведения адресата / Ч. Цзюй // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения: сборник материалов V (XIX) Международной конференции молодых ученых. Томск, 19–21 апреля 2018 г. – Томск, 2018. – Вып. 19. – С. 108–109. – 0,3 а.л.

Издание подготовлено в авторской редакции.
Отпечатано на участке цифровой печати
Издательского Дома Томского государственного университета
Заказ № 6048 от «25» октября 2019 г. Тираж 100 экз.
г. Томск Московский тр.8 тел. 53-15-28