Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Национальный исследовательский Томский государственный университет»

На правах рукописи

Chary-

Сабаева Юлия Сергеевна

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ МЕДИАОБРАЗА СИБИРИ В РЕГИОНАЛЬНОМ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОМ РАДИОДИСКУРСЕ

10.02.01 – Русский язык

Диссертация на соискание учёной степени кандидата филологических наук

Научный руководитель доктор филологических наук, профессор Нестерова Наталья Георгиевна

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ
ГЛАВА 1 МЕДИАОБРАЗ СИБИРИ В РЕГИОНАЛЬНОМ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОМ
РАДИОДИСКУРСЕ
1.1 Медиаобраз как объект научного исследования
1.1.1 Междисциплинарная природа понятия медиаобраз
1.1.2 Медиаобраз как объект медиалингвистики
1.1.3 Методы и подходы к исследованию медиаобраза
1.2 Структура медиаобраза Сибири в региональном просветительском
радиодискурсе
1.2.1 Медиаобраз и имидж Сибири в научных исследованиях
1.2.2 Региональный просветительский радиодискурс как составляющая
медиадискурса
1.3 Особенности формирования медиаобраза Сибири на радиостанции
«Радио Сибирь»
1.3.1 Культурно-просветительский потенциал регионального радио
(на примере радиостанции «Радио Сибирь»)
1.3.2 Тематическая структура медиаобраза Сибири на радиостанции
«Радио Сибирь»39
Выводы по главе 1
ГЛАВА 2 КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ
МЕДИАОБРАЗА СИБИРИ В РЕГИОНАЛЬНОМ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОМ
РАДИОДИСКУРСЕ
2.1 Коммуникативные стратегии формирования медиаобраза Сибири
в монологических просветительских радиотекстах
•
2.1.1 Коммуникативная стратегия ознакомления с Сибирью через легенды
2.1.1 Коммуникативная стратегия ознакомления с Сибирью через легенды

2.1.3 Коммуникативная стратегия побуждения к познавательной деятельности
(на материале программы «Про Сибирь») 68
2.2 Коммуникативная стратегия вовлечения гостя в формирование
медиаобраза Сибири в диалогических просветительских радиотекстах 76
Выводы по главе 2
ГЛАВА 3 СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЕДИАОБРАЗА СИБИРИ
В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ97
3.1 Официальная страница радиостанции в социальной сети как поликодовый
текст
3.2 Коммуникативная стратегия вовлечения слушателя в формирование
медиаобраза Сибири в социальной сети «ВКонтакте» 104
Выводы по главе 3
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ 135
ПРИЛОЖЕНИЕ А Проанализированные выпуски монологических радиопрограмм
(радиостанция «Радио Сибирь»)161
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Материалы к учебно-методическому пособию «Образ Сибири
на уроках РКИ»

ВВЕДЕНИЕ

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, Е. Н. Богдан, 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 [Богдан, 2007; Димитракопулос, 2015; Калупетека, 2015; Григорян, 2016; Ду, 2017; Айдоган, 2017; Аюуш, 2017]; образы российских регионов и городов: Хакассии, Севастополя, Омска, Новгорода, Калининграда [Гусейнова, Забусова, 2018; Всеволодова, 2013; Каплюк, 2016; Малышева, 2016]; образы политических деятелей: [Шилина, Дацюк, 2015; Илларионова, Лаврентьева, 2016; Эбру, 2017].

Медиаобраз Сибири в лингвистических исследованиях представлен весьма немногочисленными работами. Широкий поиск позволил обнаружить лишь работы М. В. Терских, Е. Д. Малёновой (2015), В. Е. Ершовой (2016), Н. Г. Нестеровой, С. В. Фащановой (2016), 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 своим новым формам функционирования и выходом в интернет-пространство значительно расширяет сферы своего влияния на массового адресата. Являясь одним из средств массовой коммуникации, радио играет существенную роль в формировании медиаобраза той или иной территории, 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 актуальных 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!» и др.), 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. Методология исследования предполагает выработку принципов отбора источников эмпирического материала. В качестве принципов выбора радиостанции и программ определены следующие:

- 1) Представленность регионального контента в радийном 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 передатчиков 1. 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 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,

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.fapmc.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).

³ Радио Сибирь создаст радиопроект при поддержке русского географического общества [Электронный ресурс] // Радио Сибирь : офиц. Сайт / Радио Сибирь. Томск. — Электрон. дан. — Томск, 2019. — URL:

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., подводятся их результаты. Проводимые конкурсы характеризуются высоким познавательным потенциалом.

Просветительский радиодискурс, будучи значительной частью медиадискурса, находится только в начале специального лингвистического изучения [Арсеньева, 2013, 2015; Нестерова, 2014, 2015, 20156; Фащанова, 2017; Цзюй 2017, 2019]. 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.

https://www.radioportal.ru/news/novosti-kompaniy/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 Б*о*льшая 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.

Для достижения цели решаются следующие задачи:

- 1. Исследовать современные научные подходы изучения 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.
- 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 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 интент-анализа, суть которого состоит в переводе конкретного речевого материала в форму коммуникативных намерений адресанта. Анализ языковой репрезентации выявленных стратегий и тактик потребовал применения лингвистического включающего контекстный анализ языковых единиц. Учитывая анализа, междисциплинарность понятия медиобраз, в работе был проведён сравнительносопоставительный анализ, посредством которого данное 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 радиотекста, включающих не только вербальные единицы, был применён метод медиалингвистического анализа, но и поликодовые,

заключающийся в выявлении способа создания и воспроизведения медиатекста, канала распространения, 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 интент-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. Белоусовой, Е. Д. Малёновой, Е. Г. Малышевой, Д. О. Смирнова, М. В. Терских, Л. В. Хочунской и др.; междисциплинарные исследования, посвящённые имиджу Сибири: Л. Н. Бабичева, Е. А. Ваганова, С. А. Красильникова, В. А. Ламина, А. Н. Люлько, В. Н. Моргуна, В. И. Супруна и др.

Междисциплинарный подход к исследованию поставленных в диссертации задач потребовал обращения к работам, посвящённым радиокоммуникации, радиожурналистике: Е. А. Болотовой, А. Бэлла, Н. Н. Ефимовой, Я. Н. Засурского, Л. А. Кругловой, Е. Н. Э. Криселла, M. Зарвы, Филимоновых; к медиалингвистическим исследованиям, направленным на изучение медиадискурса: труды М. Н. Володиной, Н. В. Бычковской, Т. А. Ван Дейка, Т. Г. Добросклонской, Л. Р. Дускаевой, М. Ю. Казак, В. И. Карасика, В. И. Конькова, В. Г. Костомарова, И. П. Лысаковой, Г. Я. Солганика, О. И. Таюповой, Т. В. Шмелёвой, О. В. Ширяевой и др. Специальное внимание было обращено на работы, в которых исследуется радиодискурс (радиоречь): С. В. Андреевой, Н. В. Аниськиной, Т. Е. Арсеньевой, А. В. Болотнова, П. Н. Босого, А. А. Волковой, Л. В. Ениной, Л. И. Ермоленкиой, Т. П. Курановой, Н. Г. Нестеровой, С. В. Фащановой, Ч. Цзюй, Э. В. Чепкиной, Г. А. Шевелёва.

Теоретическая значимость проведенного исследования состоит в следующем. Описан феномен *медиаобраза Сибири* в региональном радиодискурсе, предложено его определение. Разработана методология анализа медиаобраза. 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. Материалы к учебно-методическому пособию «Образ Сибири на уроках РКИ» представлены в приложении Б.

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 основание считать его особым коммуникативным дают пространством. Просветительский радиодискурс Сибири 0 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 В К познавательной активности. 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 основательной теоретико-методологической применением 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 И приёмов, обусловленных методов так 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 современный вектор исследований Казанской И лингвистической ШКОЛЫ» (Казань, 2018); VI Международной научнопрактической конференции «Русский язык И литература 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.

ГЛАВА 1 МЕДИАОБРАЗ СИБИРИ В РЕГИОНАЛЬНОМ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОМ РАДИОДИСКУРСЕ

1.1 Медиаобраз как объект научного исследования

1.1.1 Междисциплинарная природа понятия медиаобраз

Основополагающие черты понятия *медиаобраз* как объекта научного исследования обозначены в теории журналистики. Так, Е. Н. Богдан, рассматривая в диссертационном исследовании структурно-функциональные характеристики медиаобраза России в журналистских текстах, определяет медиаобраз как «информационный слой, который возникает между собственно социальным миром и его образом, как в сознании индивида, так и в сознании общества посредством деятельности СМИ» [Богдан, 2007, с. 16].

В последнее десятилетие медиаобразы, создаваемые в текстах масс-медиа, стали активно изучаться с позиций разных гуманитарных наук: философии, психологии, журналистики, имиджелогии, лингвистики, медиалингвистики. Междисциплинарная природа данного понятия объясняет множество определений, которые встречаются в научных исследованиях.

В философии под медиаобразом понимают «конструкт общественного сознания, формирующийся в медиапространстве и выстраивающий систему ценностей и оценок с опорой на культурные особенности и традиции» [Белоусова, 2015, с. 10]. Акцент делается на невербальную природу данного явления, которое анализируется через социальные нормы и коррелирует с понятиями художественный и сакральный образы [Белоусова, 2012, с. 31].

Медиаобраз становится объектом исследования медиапсихологии, нового направления психологии. В центре данной отрасли научного познания находится «личность, рассматриваемая в контексте современной медиакультуры, динамично развивающейся сферы мировой культуры» [Жижина, 2016, с. 11].

При определении медиаобраза учёные обращают внимание на его двустороннюю структуру. Так, Д. О. Смирнов и М. В. Зубакин в докладе об опыте практической работы лаборатории медиапсихологии определяют медиаобраз как «сложное полисистемное психологическое образование, представляющее собой результат взаимодействия мира автора и мира реципиента посредством медиаобъекта» [Смирнов, Зубакин, 2013, с. 27]. Анализ функционирования медийного образа в рамках медиапсихологии позволил авторам выделить три уровня существования медиаобраза: знаково-символический уровень, уровень культурных значений и уровень личностных смыслов [Смирнов, Зубакин, 2013].

В исследованиях, проводимых на стыке социологии и психологии, внимание акцентируется, в частности, на гендерности как факторе восприятия медиаобраза. Объектом изучения становится не только создание медиаобраза, но и его восприятие и оценка. Большую роль в этом играет взаимодействие текста и визуального ряда. Например, образ успешной девушки, создаваемый на страницах глянцевых женских журналов, как свидетельствуют проводимые исследования, привлекает женскую аудиторию, внедряясь глубоко в сознание адресата, так как каждая читательница представляет себя на месте героини журнала [Сезонов, Барабаш, 2015].

В педагогике подчёркивается важность позитивного медиаобраза региона как компонента этнической самоидентификации личности. Учёными отстаивается позиция, в соответствии с которой в формировании уважения и гордости к национальной культуре существенную роль играют детские и юношеские СМИ [Гайманова, 2014].

Различные определения понятию *медиаобраз* даются в работах, методологической базой которых служат теоретические подходы, разрабатываемые в журналистике; медиаобраз – это:

- «особый образ реальности, представляемый массовой аудитории медиаиндустрией» [Богдан, 2007];
- «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [Марущак, 2012, с. 93];

- «образ, создаваемый в сознании реципиентов информации при участии
 СМИ и других информационных институтов, который впоследствии отражает комплекс представлений участников информационного сообщества по конкретному вопросу» [Всеволодова, 2013, с. 153];
- «образ, который создаётся средствами массовой информации
 в сотрудничестве с разными сферами духовного творчества и является выражением
 общественного сознания в медиапространстве» [Морозова, 2017, с. 18].

Проведённый анализ научных исследований, посвящённых медиаобразу, выявил следующие аспекты его изучения:

- 1) Социально-психологический: медиаобраз рассматривается как сложное психологическое образование, имеющее двустороннюю структуру, включающую «взаимодействие мира автора и мира реципиента посредством медиаобъекта» [Смирнов, Зубакин, 2007]. Важная роль отводится субъекту восприятия данного образа «в зависимости от его индивидуальных психологических, интеллектуальных, возрастных и прочих особенностей» [Хочунская, 2011]. Психологи заключают, что «в случае разных психоэмоциональных состояний люди отдают предпочтение медиаобразу (восприятию мультимодальной информации), вместо книги (вербальной информации)» [Медведская 2017, с. 76], особенно это проявляется при выражении негативных состояний.
- 2) Культурологический: медиаобраз характеризуется как феномен культуры, как разновидность трансформации «первобытной маски в аватар в сети интернет» [Белоусова, 2012], тем самым выполняя важную культурообразующую функцию в современном медиапространстве [Фирулина, 2017].
- 3) Лингвокогнитивный: медиаобраз изучается как особый ментальный конструкт, стереотипизированный образ, описываемый через фреймы и субфреймы [Терских, Малёнова, 2015; Глушкова, Зайцева, 2017].
- 4) Лингвистический: медиаобраз описывается через языковые средства, при помощи которых он создаётся и функционирует в медиатексте [Тимохина, 2014; Шилина, Дацюк, 2015; Эбру, 2017].

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 (рисунок 1).



Рисунок 1 – Структура медиаобраза

2. Медийный образ относится к ментальной сфере человека.

Междисциплинарная природа понятия *медиаобраз* актуализирует вопрос об отграничении его от понятий *образ* и *имидж*, которые также являются объектами разных гуманитарных исследований.

Понятия *медиаобраз*, *образ* и *имидж* тесно связаны между собой, и некоторыми исследователями понимаются как синонимичные, в то время как между ними есть существенные различия. Рассмотрим определения терминов и основные характеристики данных понятий в современной гуманитарной науке.

Термин *образ* в языке используется как многозначный. Приведём для примера словарные дефиниции «Толкового словаря русского языка» С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой: *образ* – 1. Вид, облик. 2. Живое, наглядное представление о комчём-н. 3. В литературе, искусстве: обобщённое художественное отражение действительности, облечённое в форму конкретного, индивидуального явления.

 $^{^{8}}$ Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / сост. С. И. Ожегов, Н. Ю.Шведова; под общ. ред. проф. Л. И. Скворцова. — М., 2013. — С. 553.

Используя понятие *образ* применительно к рекламному тексту, исследователи определяют его как идеальный продукт человеческой деятельности; субъективный феномен, возникающий в результате предметно-практической, сенсорно-перцептивной, мыслительной деятельности. Главным критерием при создании конкретного образа становится опора на субъективные переживания адресата и признаки реального объекта данного образа [Колышкина, Маркова, Шустина, 2017].

Исследователи образного строя русского языка (Г. Н. Скляревская, О. И. Блинова, Н. А. Илюхина, Е. А. Юрина и др.) опираются на суждение об образном представлении как результате процесса метафоризации, продукта метафорического и метонимического миромоделирования. По определению Н. А. Илюхиной, *образ* — это «единица, которая, имея в своей основе обобщённое чувственно-наглядное представление (эмпирический опыт реалии) и аккумулируя разнообразные признаки этой реалии, во всём их многообразии эксплицируется специализированными лексико-фразеологическими средствами, образующими ассоциативно-семантическое поле» [Илюхина, 1998, с. 6].

В работе Ю. В. Белоусовой отмечается, что образ социальной действительности формирует общественное сознание. В социальной и политической сферах важное значение приобретает построение и развитие конструктивных отношений внутри общества, которое невозможно без исследования образа феномена культуры, культурной коммуникации, функционирования образа в социальном сознании и медиапространстве [Белоусова, 2015, с. 4].

Рассмотренные определения понятия *образ*, изучаемого в разных аспектах, позволяют сделать вывод о необходимости дифференцировать реальность, наглядность изображаемого предмета, с одной стороны, и его образ. Таким образом, образ – это не сама реальность, это её представление.

Следующим шагом в рассмотрении смежных научных понятий является дифференциация *образа*, *имиджа* и *медиаобраза*. О. И. Морозова отмечает, что понятия *образа* и *имиджа* «зачастую относят к сфере изучения такой гуманитарной дисциплины, как имагология, науки, занимающейся изучением

образа «чужого» [Морозова, 2017, с. 12]. Интерпретация образов разных стран и культур, российских и зарубежных политических деятелей в СМИ находит отражение в разных аспектах журналистики, имиджелогии, политологии, психологии, философии, лингвистики [Гранатова, 2010; Цирюлик, 2013; Девятова, 2016; Авдашкин, Пасс, 2018; Го, 2019 и др.].

Понятия *медиаобраза* и *имиджа* содержательно и функционально близки. В переводе с английского *media-image* (*медиа* – СМИ; *имидж* – образ, изображение) – «образ в СМИ».

При этом понятие *имидж* намного шире, чем *медиаобраз*, и имеет множество определений. Например, в «Толковом словаре иноязычных слов» *имидж* определяется как «целенаправленно создаваемое представление о чьёмнибудь внутреннем и внешнем облике, образе, например, имидж политика или телеведущего» [Толковый словарь ..., 2005, с. 295]. В «Большой энциклопедии» *имидж* трактуется как сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ объекта, возникающий в результате социального познания [Большая энциклопедия ..., 2006, с. 443].

В энциклопедическом словаре-справочнике Ф. И. Шаркова «Коммуникология» подчёркивается, что имидж — это «знаковый заменитель личности, общественно-политической организации, компании, это репутация, престиж, лицо организации, находящие своё проявление в качестве товаров и услуг, в доверии населения, в частоте и широте пользования товарами и услугами данной организации» [Шарков, 2013, с. 193]; основными направлениями формирования корпоративного имиджа являются «PR, реклама, фирменный стиль, корпоративная культура» [Там же].

В диссертационном исследовании А. В. Кудриной, посвящённом имиджевому медиатексту российских экономических форумов, имидж определяется как «понятие искусственно создаваемое, тщательно программируемое как с точки зрения формы, так и распространения в медиасфере. Задача журналиста при этом состоит в успешной «продаже» имиджа в информационной среде» [Кудрина, 2018, с. 11].

Д. А. Щитова, исследуя имиджевые роли политических деятелей, подчёркивает, что имидж «выступает в роли связующего звена между политиком и его аудиторией, служит отражением как интересов общественности, так и интересов политика при принятии тех или иных решений на уровне государства» [Щитова, 2014, с. 20].

Имидж является объектом специальной науки имиджелогии. Бурное развитие отечественной имиджелогии приходится на 1990-е годы в связи с расцветом общественной и политической жизни. В работах В. М. Шепеля, Г. Г. Почепцова, А. Ю. Панасюка, И. А. Фёдорова, О. С. Иссерс даются характеристики понятия *имидж*, практические советы по формированию положительного имиджа [Шепель, 1997], рассматривается механизм моделирования имиджа [Почепцов, 2000], анализируются языковые средства создания имиджа [Иссерс, 1999].

Важное место в научных исследованиях занимает понятие *международного имиджа*. Г. Г. Почепцов, ссылаясь на исследования политологов, определяет его как «систему связей и обеспечивающих их существование рамок и правил» [Почепцов, 2000, с. 414]. По определению А. Ю. Панасюка, «имидж – это то мнение о Вас, которое сложилось у определённой группы людей», следовательно, «каков имидж России на Западе, таков имидж россиян, имидж людей, представляющих Россию внешнему миру» [Панасюк, 2004, с. 11]. Как следует из процитированного определения, имидж страны – это «составное» понятие, которое складывается из имиджей, составляющих данный образ различных компонентов.

М. В. Терских и Е. Д. Малёнова, сопоставляя различные определения понятий *имидж* и *образ*, отмечают, что *имидж* чаще всего толкуется через *образ*, и это наталкивает многих авторов на использование в работах понятий *имидж* и *образ* как синонимичных. Однако понятие *образ* (НЕ *медиаобраз* – прим. Ю.С.) шире и не является однозначным эквивалентом иностранного слова *имидж*. Под образом, как правило, понимается субъективно воспринятое «отражение» чего-либо, представление о качествах объекта. Поскольку восприятие стихийно, то образ остается образом, пока его создание не становится целью коммуникации. В соответствии с этим имидж – это результат внедрения образа в массовое сознание [Терских, Малёнова, 2015].

В рассмотренных интерпретациях понятия *имидж* повторяются компоненты «целенаправленный», «создаваемый искусственно»: это свидетельствует о том, что одной из черт имиджа является «искусственность» как несоответствие создаваемого образа реальному предмету.

На основании проведённого обзора работ можно сделать следующее заключение: понятия *медиаобраз* и *имидж* различаются по инструментарию формирования. Имидж формируется в массовом сознании в виде стереотипа или стихийно (без помощи PR-акций и рекламы), или при помощи различных специальных средств и приёмов. Главным инструментом создания медиаобраза являются СМИ, а местом их функционирования — тексты средств массовой коммуникации.

Итак, представленный анализ позволяет сделать вывод о тесной взаимосвязи между понятиями *медиаобраз*, *образ* и *имидж*. В то же время у каждого из рассмотренных понятий есть свои особенности, которые выражаются в различии цели создания, сферы функционирования и каналов получения информации.

1.1.2 Медиаобраз как объект медиалингвистики

Функционирование медиаобраза в СМИ позволяет отнести его к числу объектов медиалингвистики — «направлению лингвистики, изучающему функционирование языка в медиасфере, или современной массовой коммуникации, представленной печатными, аудивизуальными и сетевыми медиа» [Скридлевская, 2018, с. 104].

К средствам массовой коммуникации сегодня относятся «технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена её между субъектом (автором медиатекста) и объектом (массовой аудиторией)» [Фёдоров, 2014, с. 24].

Развитие медиалингвистики в отечественной науке приходится на второе десятилетие XXI века, что во многом связано с активной деятельностью кафедры речевой коммуникации Высшей школы журналистики и массовой коммуникации

СПбГУ (в настоящее время — кафедра медиалингвистики), появлением сайта «Медиалингвистика — XXI век» 9 , учреждением международного научного журнала «Медиалингвистика» 10 .

Среди составных частей в структуре современной медиалингвистики выделяются: грамматика медиаречи (в терминологии Т. В. Шмелёвой – медиаязыкознание), медиастилистика, медиалингводискурсология и критика медиаречи [Дускаева, 2018].

Одним из важнейших исследовательских инструментов медиалингвистики Т. В. Шмелёва называет дискурс, который приобретает важное значение в региональных медиаисследованиях. На примере мониторинга Новгородского медиаполя исследователем выявляется «соотношение материалов о реальных проблемах города и медийный шум», соотношение жанровых дискурсов, диапазон стилистических ресурсов, используемых в региональном медиаполе [Шмелёва, 2012, с. 161]. Наблюдения Т. В. Шмелёвой относительно исследовательского инструментария медиалингвистики позволяют актуализировать вопрос об изучении разных дискурсов в региональных СМИ.

Формирование и функционирование медиаобраза только в средствах массовой коммуникации, в текстах масс-медиа, делает его одним из важнейших объектов медиалингвистики.

Т. Н. Галинской отмечается, что для более полного описания сущности этого понятия необходимо рассматривать его как в узком, так и широком значении. В узком значении медиаобраз – это фрагменты реальности, описанные в текстах профессиональных журналистов, отражающих ИХ мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения, а также психологические качества; широком значении медиаобраз образ ЭТО реальности, конструируемый текстах, созданных медиапространстве BO всех В

⁹ Медиалингвистика – XXI век [Электронный ресурс] // Медиалингвистическая комиссия Международного комитета славистов : офиц. сайт / Санкт-Петербургский государственный университет. – Электрон. дан. – СПб., 2018. – URL: http://medialing.spbu.ru/ (дата обращения: 14.02.2017).

¹⁰ Журнал «Медиалингвистика» [Электронный ресурс] // Научный журнала международной медиалингвистической комиссии Международного комитета славистов (под патронатом ЮНЕСКО): офиц. сайт / Санкт-Петербургский государственный университет. — Электрон. дан. — СПб., 2018. — URL: https://medialing.ru/ (дата обращения: 14.02.2017).

(профессиональными журналистами, блоггерами, интернет-пользователями и т. д.) [Галинская, 2013, с. 91].

Под медиапространством понимается «техническая сфера, действующая посредством массовых коммуникантов: печать, радио, ТВ, видео, кино, компьютерные каналы, Интернет, которая связывает человека с окружающим миром, оказывая идеологическое, экономическое или организационное влияние на формирование ценностей и оценок, мнений и тактик поведения людей» [Белоусова, 2012].

В настоящем диссертационном исследовании медиаобраз понимается как образ конкретного объекта (Сибири), который формируется посредством просветительских радиотекстов о Сибири в конкретном региональном медиапространстве.

Развитие медиапространства создаёт условия не только для презентации какой-либо информации, но и для получения отклика её получателей. Таким образом, пространство Интернет становится своеобразной ареной, где масс-медиа формируют образ мира с заданными характеристиками и где в то же время рождается его медиаобраз, т.е. «образ-отражение» в сознании адресата (интернетпользователя), оценивающего действительность, представленную в медиаизданиях, этого сформированного СМИ образа мира.

Исследование медийных образов осуществляется на материале разных СМИ. Специфика их функционирования в печатных федеральных и региональных российских и зарубежных масс-медиа определяется через идеологическое противостояние. Например, при исследовании медиаобраза Сербии в «Российской качестве отличительной черты Т. В. Чернышевой газете» отмечается «столкновение идеологий, которое связывают c внутриполитическими характеристиками» [Чернышева, 2010, с. 67], вследствие чего «медиаобраз Сербии образует внешнее поле деятельности страны» [Там же]. Медиаобраз городов России создаётся из их особенностей, отмеченных авторами журналистских материалов [Всеволодова, 2013, с. 153].

Исследователи, анализирующие медиаобразы в глянцевых журналах, отмечают большую роль при их создании двух факторов: наличие/отсутствие визуального элемента (фото) и жанр журнала. Например, исследование медиаобраза современного мужчины в глянцевом журнале «GQ (Gentlement's Quarterly)» показало, что в качестве наиболее эффективных жанров для создания полного образа выступают интервью и очерки [Сезонов, Барабаш, 2015].

В телевизионных программах главенствующую роль при определении эффективности/неэффективности создания медиаобраза также определяет жанр программы. Так, в ходе исследования медийного образа России С. В. Григорян утверждает, что «наиболее наглядно данный образ формируется в телевизионной публицистике, жанры которой, имея в своём арсенале не только журналистские, но и художественные приёмы, позволяют телевидению эффективно выполнять функции «мягкой силы» [Григорян, 2016, с. 10].

С развитием новых медиакоммуникаций актуальным становится анализ медиаобразов, создаваемых в социальных сетях. Основную роль в конструировании медиаобраза, по наблюдениям исследователей, играют комментарии пользователей к сообщениям в «Твиттере» [Малышева 2014], к постам во «ВКонтакте» [Муравьёва, 2017].

Учёными отмечается преобладание работ о медиаобразе России в зарубежных СМИ и немногочисленность работ, посвящённых медиаобразам различных стран в российских СМИ, что делает актуальным их изучение [Эбру, 2017].

Медиаобраз обладает рядом характерных признаков: стереотипность, утрированность, кратковременность, двойственность, эмоциональность [Сезонов, Барабаш, 2015а]. Благодаря этим характеристикам, отмечается в указанной работе, медиаобраз способен сформировать медиаментальность — такой взгляд на мир, при котором в сознании человека объективная реальность заменяется медиаобразами, транслирующимися в СМИ [Сезонов, Барабаш, 2015а]. Считаем целесообразным дополнить список признаков, актуальных для анализа медиаобраза, следующими:

1) *Ориентированность на массовое сознание аудитории*, воспринимающей тот или иной журналистский текст.

- 2) Зависимость от времени. Актуальность тех или иных медиаобразов определяется запросами общества, востребованностью или невостребованностью в данный момент времени.
- 3) **Эмоциональность.** Создание медиаобразов сопровождается вложением в образ определённой эмоции, что воплощается соответствующими языковыми средствами.

1.1.3 Методы и подходы к исследованию медиаобраза

В науке применяется широкий спектр методов гуманитарных дисциплин для выявления специфики функционирования медиаобраза. Обобщая методы, представленные в медиалингвистической литературе, выделим основные.

- 1) Метод лингвистического анализа нацелен на выявление средств разных языковых уровней, которые формируют тот или иной медиаобраз и воплощают в медиатекстах разных жанров. Например, при создании образов политических деятелей В отечественных И зарубежных СМИ, образов международных организаций, образов городов и регионов России используются определённые группы языковых единиц: выразительные языковые средства (метафора, эпитет, ирония, аллюзия, идиома) создании медиаобраза В политических деятелей [Эбру, 2017]; оценочные слова, прецедентные имена и высказывания в создании медиаобраза женщины-политика [Шилина, Дацюк, 2015]; лексические, лингвостилистические и синтаксические особенности медиатекста в создании медиаобраза ООН [Тимохина, 2014].
- 2) Метод контент-анализа, предполагающий анализ содержания текста, основан на статистическом подсчёте специально выбранных текстовых единиц или ключевых слов [Глухов, 2009; Марущак, 2012; Всеволодова, 2013; Ермошина, Чутчева, 2014; Ланцевская, 2015; Буланов, Драчева, Опахина, 2016; Гриднев, 2016].
- 3) Метод дискурсивного анализа основан на концепции дискурса, который позволяет проследить взаимосвязь между языковой и экстралингвистической стороной текста.

- 4) Метод когнитивного анализа, основанный на изучении концептуального аспекта медиаобраза, на сопоставлении различных вариантов интерпретации событий в СМИ и направленный на выявление соотношения реальной действительности и её медиапрезентаций [Терских, Малёнова, 2015; Глушкова, Зайцева, 2017].
- 5) Метод лингвокультурологического анализа, предполагающий выявление культурно значимых компонентов текста: реалий, заимствований, иностранных слов, единиц безэквивалентной лексики и т.п. Например, анализ этностереотипов при создании образа Д. Трампа в немецких СМИ [Новикова, Есмурзаева, Марус, Шкайдерова, 2017].
- 6) Медиалингвистический метод, предполагающий анализ текста с точки зрения устойчивой системы параметров описания медиатекста, таких как способ его создания и воспроизведения, канал распространения, функционально-жанровый тип, тематическая доминанта. Целесообразным считаем отнести сюда также поликодовость современного медиатекста, сочетающего в себе как языковые средства, так и средства разных кодов (фотография, аудио и др.). Например, медиаобраз it-girl в женских глянцевых журналах создаётся вербальными средствами «американизмами, неологизмами, сленгом» и невербальными большим количеством иллюстративного материала, рекламных образов» [Сезонов, Барабаш, 2015а, 2015б]. В этом же русле исследован медиаобраз «глянцевой» России, который «предстаёт как текст, основанный на хорошо узнаваемых сюжетах, темах, мотивах и деталях из разных времён и культурных пространств» [Фирулина, 2017].

Обзор научной литературы свидетельствует, что методология исследования медийного образа находится в стадии становления. Междисциплинарная природа рассматриваемого понятия способствует одновременному применению и использованию методов и приёмов разных наук при исследовании особенностей его формирования и функционирования. Рассмотренная классификация методов изучения медиаобраза не является окончательной. Изменение жанровой природы и структуры современного медиатекста приводит к появлению новых приёмов исследования и, как следствие, изучения медиаобраза.

1.2 Структура медиаобраза Сибири в региональном просветительском радиодискурсе

1.2.1 Медиаобраз и имидж Сибири в научных исследованиях

Вопрос о территориальном имидже Сибири является актуальным для экономических, политических, рекламных текстов и одним из малоизученных вопросов, в отечественной и зарубежной науке, где сохранились стереотипные представления о Сибири и её жителях. В одном из последних на данный момент исследований, посвящённых имиджу Сибирского региона «Сибирь: имидж мегарегиона» ¹¹, собраны статьи отечественных и зарубежных аналитиков, политиков, историков, философов, экономистов, юристов и предпринимателей. Указанное исследование является обновлённой версией ранее вышедшей монографии «Имиджи Сибири» [Супрун, 2008]. Главный редактор, директор Фонда социо-прогностических исследований «Тренды», доктор философских наук В. И. Супрун объясняет переиздание книги стремлением исследователей показать изменения, происходящие в построении имиджа Сибирского «мегарегиона» [Супрун, 2012], острой необходимостью данных изменений в связи с развитием её экономики, образования, культуры, политическими реформами в отдельных частях общирного Сибирского региона.

Проблемы имиджа Сибири, который создаётся в средствах массовой коммуникации, стратегий его изменения, роль медиапространства в сохранении региональной идентичности, перспективы развития медиапространства Сибири, обсуждаются в рамках круглых столов регионального и международного уровней: «Перспективы развития Сибири. Медиафакторы» (Красноярск, 2017) 12, «Медиастратегия Сибири: власть, СМИ, образование» (Томск, 2018) 13,

¹¹ Сибирь: имидж мегарегиона / под ред. В.И. Супруна. Новосибирск, 2012. 364 с.

¹² Формирование позитивного имиджа Сибири обсудили в Томске [Электронный ресурс] // Сибинфо. Информационно-политический портал : офиц. сайт / Электрон. дан. − 2018. − URL: http://www.sibinfo.su/news/tmsk/1/61875.html (дата обращения: 17.03.2018).

¹³ Круглый стол — Сибирское медиапространство 2020 [Электронный ресурс] // Сибирское медиапространство 2020: офиц. сайт / Сибирский федеральный университет — Электрон. дан. — Красноярск, 2018. —

на всероссийских и международных конференциях и фестивалях «Сибирское медиапространство 2020» (Красноярск, 2015, 2017), «Байкальская пресса» (Иркутск, с 2000 года — ежегодно). В мероприятиях принимают участие ведущие представители медиасферы: журналисты, ведущие медиапрограмм, главные редакторы и директора федеральных СМИ и др.

Обзор научных работ, посвящённых исследованию Сибири в разных аспектах, позволяет выделить следующие составляющие современного имиджа данного региона:

- *исторические данные*: богатое прошлое Сибири (как позитивно оцениваемые, так и негативно оцениваемые сведения) [Красильников, 2012; Шевелёв, 2012; Шевцов, 2015; Хаминов, 2018];
- культурное многообразие региона, представленное различными этносами, со своими традициями и обычаями, национальными языками, религиозными верованиями [Рожанский, 2002; Шерстова, 2005; Бочаров, 2012; Рындина, 2018];
- *географические данные*: различия в природных и климатических условиях, животном и растительном мире регионов Сибири [Окишева, Филандышева, 1997; Гололобов, 2014];
- *экономические данные*: экономическое развитие отдельных регионов Сибири, природные ресурсы [Суслов, 2012; Бабичев, 2012; Моргун, 2012];
- *образовательный потенциал:* научный потенциал Сибирского региона, сибирские города как центры науки и образования [Ваганов, 2012; Люлько, 2012а, 2012б; Тихонова, 2014; Вершинина, 2015].

По мнению В. И. Супруна «в современном мире имидж страны или мегарегиона является не беллетристическим, а экономическим фактором» [Супрун, 2012, с. 10]. Главенствующую роль в создании территориального имиджа играет информация о его экономическом развитии, что привлечёт внимание бизнесменов и иностранных инвестиций. *Главным же каналом транслирования и укрепления имиджа территории являются СМИ* (выделено нами – Ю. С.).

URL: https://sites.google.com/site/sibirskoemediaprostranstvo2020/opros-mediaotrasl-sibiri-v-2020-godu-trendy-razvitia (дата обращения; 24.06.2018).

Вследствие потребности в улучшении имиджа конкретной территории, как отмечают многие исследователи, актуальным стало обращение к изучению «медиаобраза города (территории) в контексте практики брендинга территории» [Ланцевская, 2015, с. 101].

Так, например, в Иркутске институтом идентичности INSTID была посредством предпринята бренд попытка создать города выявления ассоциативного ряда по отношению к Иркутску «стык Запада и Востока, центр Земли, столица, Байкал, Ангара, суровый климат, сейсмичность, декабристы, деревянное зодчество, авиация, ссыльные, купцы, мультикультурность» [Чередниченко, 2019, с. 184]. Важную роль при этом играет создание образа Сибири как единого информационного пространства. Например, иркутское телевидение освещает новости региона, а также Забайкалья, Бурятии и Монголии.

Участники круглого стола, посвящённого брендингу территории в Курганской области, приходят к выводу о необходимости «направляемой и контролируемой политики создания медиаобраза для успешного продвижения может быть реализовано посредством «транслирования территории», что визуального образа территории, узнаваемого слогана-позиционирования, культурных, природных, символических доминант места» [Ланцевская, 2015, c. 103].

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» [Прасолова, 2010, с. 3].

Н. О. Свешникова, исследуя вопрос об особенностях медиапространства федерального и регионального уровней, заключает, что «медиаобразы в федеральных СМИ в большей степени отражают политические и экономические аспекты жизни общества, в региональных — более выражены акценты социального и культурного ландшафта» [Свешникова, 2017, с. 257].

Одновременно с положительными медиаобразами исследуются и негативные медиаобразы. Так, Е. Г. Малышева и Н. А. Гриднев приходят к выводу о доминировании негативных черт в медиаобразе Омска в федеральном массово-информационном дискурсе, что происходит в результате «частотности, повторяемости и высокого медиаиндекса новостных сообщений с отрицательным аксиологическим модусом» [Малышева, Гриднев, 2016, с. 140].

В исследовании М. В. Терских, Е. Д. Малёновой [2015] на материале зарубежных печатных СМИ реконструируется медиаобраз Сибирского региона с целью определить сильные и слабые стороны образа Сибири в сознании массовой аудитории, проводится лингвокогнитивное изучение ментальных установок, нуждающихся, с точки зрения авторов, в усилении и корректировке при моделировании желаемого имиджа данной территории. Исследователи приходят к выводу о том, что в сознании американского лингвокультурного сообщества Сибирь представляется как «отдалённая пустынная местность, с суровыми климатическими условиями, где всё ещё действует главное управление исправительно-трудовых лагерей (ГУЛАГ), поэтому она остаётся местом для ссыльных» [Терских, Малёнова, 2015, с. 136]. В связи с полученными учёные актуализируют результатами задачу «корректировки стереотипов и усиления позитивных с целью формирования желаемого имиджа Сибири, способного укрепить не только собственные позиции, но и позиции России» [Терских, Малёнова, 2015, с. 136].

В работе В. Е. Ершовой, выполненной на материале телевизионных выпусков региональных новостей и радиосообщений, медиаобраз Сибири и сибиряка также описывается с учётом стереотипных представлений о регионе. Автор приходит к выводу, что исследуемый образ «многоплановый и в то же время аморфный, восприятие такого образа сибиряками негативно влияет на формирование их социокультурной идентичности» [Ершова, 2016, с. 177].

Итак, влияние стереотипов на формирование медиаобраза определённой территории велико. Актуальным в повышении имиджа региона, на наш взгляд, становится грамотная, продуманная подача просветительской информации о Сибири в средствах массовой коммуникации.

1.2.2 Региональный просветительский радиодискурс как составляющая медиадискурса

Радиодискурс, по определению Н. Г. Нестеровой, это «тип медиадискурса, представляющий собой совокупность дискурсивных практик и продуктов дискурсивной деятельности в сфере радиокоммуникации» [Нестерова, 2015, с. 21]. В лингвистических работах, посвящённых радио, исследуются разные жанры радиодискурса: информационный [Ермоленкина, 2008, 2009]; аналитический [Носкова, 2013]; новостной [Грибкова, 2013]; дискуссионный [Шаймиева, 2013]; культурно-просветительский, [Нестерова 2015, 2016; Фащанова, Цзюй, 2017]; развлекательный [Баженова, Сычёва, 2013; Егошкина, 2015, 2016; Малышева, Егошкина, 2018].

Среди актуальных вопросов в исследовании радиодискурса лингвисты выявляют следующие: вопросы, связанные со статусом радиоречи [Босый, 2006; Нестерова, Босый, 2007; Нестерова, 2007; Орехова, 2014, 2016; Коньков, Сурикова, 2018]; языковой личности радиоведущего [Нестерова, 2012в; Болотнов, 2013; Носкова, 2013; Волкова, 2018]; взаимодействие радиоведущего с гостями студии и со слушателями [Ермоленкина, 2009; Волкова, 2010; Нестерова, 2010а, 2012а, 2012д, 2015а; Фащанова, 2013; Егошкина, 2018; Цзюй, 2018]; установление обратной связи со слушателями [Нестерова, 2010б; Малмыго, 2019]; жанровых особенностей радиопрограмм [Каширин, 2013, 2019; Егошкина, 2015], функционирование радиодискурса в условиях конвергенции СМИ и появления новых медиакоммуникаций [Колодкин, 2004; Нестерова, 20096, 2013а, 20136, 2018, 2019; Цзюй 2019].

Современный региональный радиорынок активно развивается, напряжённая конкурентная борьба «за частоты и рекламу — важнейший источник существования радиокомпаний — заставил станции искать индивидуальные черты. Формировать эфирный образ, способный привлечь определённую аудиторию» [Лизунова, 2013, с. 182]. Например, в Томске вещает значительное количество радиостанций: «Радио Сибирь», «Благовест», «Радио Свобода», «Радио России.

Томск», «Радио Маяк — Томск», «Радио на 7 холмах», «Радио Звезда», «Радио Искатель», «Наше Радио», «Радио Вести FМ», «Радио Мир», «LovePадио», «Радио Книга», «Дорожное радио», «Радио Ваня», «Радио Јиzz», «Радио Хит FМ» и др. Большинство из них — это музыкальные радиостанции с информационно-развлекательным контентом, содержащим региональный компонент.

Региональный радиодискурс, будучи значительной частью медиадискурса, является актуальным объектом специального исследования. Так, осуществляется анализ новых форматов современного регионального радио [Белова, Фролова, 2015], выявляются особенности функционирования радиопрограмм в одновременном прямом телевизионном и радиоэфире [Родвикова, Тишмин, 2017], региональный радиодискурс исследуется в коммуниктаино-прагматическом аспекте [Нестерова, 2006, 2015 ; Нестерова, Фащанова, 2016], выявляются культурные стереотипы в радиодискурсе и способы их репрезентации [Фащанова, 2013]. Исследователи отмечают, что «региональный радиодискурс формирует в сознании адресата «некое локально очерченное пространство, благодаря чему слушатель может ощутить себя в пространстве эфира как полноценный участник коммуникативной ситуации» [Нестерова, Фащанова, 2016, с. 420].

Будучи специфическим коммуникативным пространством, региональный радиодискурс, характеризующийся тематическим разнообразием, актуализирует в числе других вопрос об изучении и анализе регионального *просветительского* радиодискурса. Просветительский радиотекст о Сибири расценивается в данной диссертационной работе как носитель культурно значимой информации, знакомящий адресата с историей, географией и культурой регионов Сибири, с проживающими здесь народами, их традициями.

Анализ научной литературы свидетельствует о том, что актуальными в исследовании просветительских радиопрограмм становятся вопросы функциональной значимости региональных культурных программ [Вакку, 2008], роли радио в пропаганде национальных, общечеловеческих и нравственных ценностей [Рустамова, 2017], содержательного наполнения и приёмов активизации слушательской аудитории [Гуськова, 2016].

Существенным вкладом в изучение просветительского радиодискурса в лингвистическом аспекте стала кандидатская диссертация Т. Е. Арсеньевой [2013а]. Арсеньева определяет просветительский дискурс о русском языке как особый коммуникативный феномен, «обладающий всеми необходимыми для дискурса системообразующими признаками: уникальный состав участников (ведущие программы и радиослушатели), хронотоп (время звучания программы и место около радиоприёмника/компьютера, цели (расширить, преумножить имеющуюся у слушателей базу знаний о языке), прецедентные источники (словари, справочники, хрестоматии, художественные произведения, пословицы, поговорки, афоризмы» [Арсеньева, 2013в, с. 11].

Просветительская миссия радио, точнее культурно-просветительская, была долгое время определяющей функцией любой радиостанции — эта мысль утверждается в диссертационных работах В. В. Барабаша [2006], Ю. Ю. Сладкомедовой [2010]. В указанных выше исследованиях по журналистике продемонстрирован потенциал культурно-просветительских программ. Так, В. В. Барабаш указывает на роль радио в сохранении языка: «В России, с ее многонациональным составом, радиовещание служит мощным инструментом межнационального общения, диалога культур и религий, приобретая все большее значение в регионах, стимулируя развитие местных институтов культуры и образования, становясь составной частью муниципальных структур» [Барабаш, 2006].

Ю. Ю. Сладкомедова, сопоставляя культурно-просветительские программы на государственном радио в советский и постсоветский периоды, подчеркивает функциональную важность программ данной разновидности: «Просветительские передачи, независимо от времени их создания, — это передачи, главным образом расширяющие кругозор. Они, разумеется, не были рассчитаны на получение систематических знаний в той или иной отрасли, но стимулировали интерес к данной проблематике» [Сладкомедова, 2010, с. 3].

Рассмотренные исследования позволяют выделить следующие признаки просветительских радиопрограмм:

- 1) Просветительская направленность программы: 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.

Таким образом, региональный просветительский радиодискурс является эффективной современной площадкой для формирования медиаобраза Сибири.

1.3 Особенности формирования медиаобраза Сибири на радиостанции «Радио Сибирь»

1.3.1 Культурно-просветительский потенциал регионального радио (на примере радиостанции «Радио Сибирь»)

Радиостанция «Радио Сибирь» — первая негосударственная музыкальноинформационная радиостанция в Томске — начала вещание 07 января 1992 года.

Специализированная региональная радиостанция «Радио Сибирь», как следует из отчёта Федерального агентства печати и массовой коммуникации за 2017 год, остаётся «лидером по количеству охваченных вещанием регионов», эфирная сеть радиостанции охватывает Томскую, Омскую, Кемеровскую, Иркутскую области, республики Алтай, Хакасию и Бурятию, Забайкальский и Ханты-Мансийский автономные округа [Федеральный отчёт ..., 2018, с. 34].

По состоянию на июль 2019 года сеть музыкально-информационных радиостанций «Радио Сибирь» объединяет пять городов: Омск, Томск, Чита, Улан-Удэ, Красноярск. В мае 2019 года радиостанция «Радио Сибирь» выиграла конкурс Роскомнадзора, в результате которого открыта новая точка вещания

в Оренбурге. На данный момент радиостанция объединяет крупнейшие города Сибири и Урала с аудиторией более 6 млн. человек.

Объединённая служба информации «Радио Сибирь» позволяет слушателям быть в курсе новостей из всех регионов вещания, о чём сообщается на сайте радиостанции: Мы объединили команды наших корреспондентов из Томска, Читы, Горно-Алтайска, Улан-Удэ, Новокузнецка. Объединенная Омска, служба информации «Радио Сибирь» представляет еженедельный обзор крупнейших событий в жизни наших слушателей. Это дайджест новостей, которые по степени важности и интереса выходят за границы своего региона. **Общими** усилиями «Радио Сибирь» воссоздаёт информационную картину недели в сибирском масштабе. В каждом городе вещания крупнейшей в России сети региональных радиостанций работает собственная служба информации. Ежедневно в эфир выходят десятки уникальных выпусков новостей, в каждом из которых обязательно присутствует материал о событиях местного значения. Это сотни сюжетов в неделю! Проект имеет также собственную интернет-площадку на страницах официального сайта radiosibir.ru, который посещают жители всех городов вещания «Радио Сибирь»¹⁴. Акцент на единении и целостности всего Сибирского региона в анонсе радиостанции делается посредством использования личных и притяжательных местоимений – мы, наших, свой. Масштаб, но при этом единство территории Сибири подчёркивается перечислением регионов – Томск, Омск, Чита, Горно-Алтайск, Улан-Удэ, Новокузнецк, и повтором однокоренных единиц объединили, объединённая.

Программы и ведущие «Радио Сибирь» неоднократно становились лауреатами международной премии А. С. Попова и получили высшие награды фестиваля «Вместе – радио» Фонда независимого радиовещания. Радиостанция получила Национальную премию «Радиомания-2015» и выиграла несколько наград Всероссийского конкурса по продвижению радиостанций «РадиоИмидж-2015, 2016» 15. Организующую функцию выполняет официальный сайт

¹⁴ Здесь и далее все текстовые иллюстрации даются с сохранением орфографии и пунктуации оригинального текста. Полужирным шрифтом выделены прагматически нагруженные языковые единицы.

¹⁵ «Радио Сибирь» создаст проект при поддержке Российского географического общества [Электронный ресурс] // Радиопортал: офиц. сайт / Электрон. дан. – 2018. – URL: https://www.radioportal.ru/news/novosti-

радиостанции ¹⁶. В условиях развития форм фукционирования радио высокой значимостью характеризуются официальные страницы радиостанции (или официальные группы) в социальной сети «ВКонтакте». Об активном взаимодействии радиостанции со слушателем свидетельствуют следующие данные об официальных группах «Радио Сибирь» в социальной сети «ВКонтакте»: «Радио Сибирь. Омск» ¹⁷ (23556 подписчиков), «Радио Сибирь. Томск» ¹⁸ (9842 подписчика), «Радио Сибирь. Байкал» ¹⁹ (8794 подписчика), «Радио Сибирь. Чита» ²⁰(8630 подписчиков) (по состоянию на июль 2019 года).

Передачи и программы радиостанции ориентированы на аудиторию в возрасте от 25 до 55 лет. Музыкально-информационная направленность радиостанции определила наличие в сетке ежедневного вещания значительного сегмента музыкальных программ, в которых звучат популярные хиты российской и зарубежной эстрады прошедшей недели («Сиб-чарт»); расслабляющая музыка для отдыха («Берлога»); музыкальные поздравления от слушателей («Привет!», «Сибирь танцует»).

В анонсах к музыкальным программам даётся подробное описание того рода или жанра музыки, который будет звучать в программе. Например, в пятничный вечер – это программа «Сибирь танцует».

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

(дата

kompaniy/radio-sibir-sozdast-proekt-pri-podderzhke-russkogo-geograficheskogo-obshchestva?language=ru обращения: 20.08.2019).

¹⁶ 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).

¹⁷ Радио Сибирь Радио нашей страны! [Электронный ресурс] // Радио Сибирь. Омск: офиц. группа в социальной сети «ВКонтакте» / Радио Сибирь. Омск. – Электрон. дан. – Омск, 2019. – URL: https://vk.com/sibiromsk (дата обращения 17.07.2019).

¹⁸ Радио Сибирь Радио нашей страны! [Электронный ресурс] // Радио Сибирь. Томск: офиц. группа в социальной сети «ВКонтакте» / Радио Сибирь. Томск. − Электрон. дан. − Томск, 2019. − URL: https://vk.com/radiosibirtomsk (дата обращения 17.07.2019).

¹⁹ Радио Сибирь Радио нашей страны! [Электронный ресурс] // Радио Сибирь. Байкал: офиц. группа в социальной сети «ВКонтакте» / Радио Сибирь. Байкал. — Электрон. дан. — Улан-Удэ, 2019. — URL: https://vk.com/radiosibirbaikal (дата обращения 17.07.2019).

²⁰ Радио Сибирь Радио нашей страны! [Электронный ресурс] // Радио Сибирь. Чита: офиц. группа в социальной сети «ВКонтакте» / Радио Сибирь. Чита. – Электрон. дан. – Чита, 2019. – URL: https://vk.com/sibiromsk (дата обращения 17.07.2019).

Сибирь, составленный из хитов поздних 90-х и всех двухтысячных в мелодичных танцевальных обработках создаёт праздничное настроение и делает радио понастоящему созвучным настроению слушателя. Вечер! Пятница! Сибирь Танцует!

Метонимическое употребление *Сибирь танцует* олицетворяет всех жителей Сибирского региона. В соцсети анонс с именем диджея (*DJ Sergey Freakman*), который будет вести программу, сопровождается картинкой в стиле наскальных рисунков с фигурками танцующих людей, животных, деревьев, валенок (рисунок 2). Иллюстрация, передающая сибирский колорит, содержит культурный подтекст.



Рисунок 2 – Анонс к программе «Сибирь танцует»

В программе «Сиб-чарт» слушателям предлагается самим составить хитпарад песен недели, что стало возможно благодаря системе голосования на сайте
радиостанции. Объединённый сибирский чарт несёт, можно сказать,
патриотическую миссию. Наш рейтинг составлен по желаниям самих
сибиряков: слушателей «Радио Сибирь» и посетителей сайта www.radiosibir.ru.
В противовес повсеместному засилью столичных хит-парадов. Здесь можно не
просто выбрать пару понравившихся песен, а выставить всю двадцатку в том
порядке, в каком желаете видеть её Вы. Берите песню мышкой и двигайте её
вверх или вниз рейтинга!

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.

«Сибирская» тематика обыгрывается в названиях программ и их описании – «Йети-шоу», «Легенды Сибири», «Про Сибирь», «Сиб-чарт», «Берлога», «Сибирское утро», «Сибирь танцует». Например, «Берлога». В берлоге никто никуда не торопится. Всё идёт своим чередом. Меняются времена года. **Листья** опадают и вновь появляются на деревьях. Звёзды серебряными светлячками обсыпают небо, чтобы утром рассеяться в пыль. И только неспешная, расслабляющая музыка в стиле Лаунж льётся из приёмников, явно говоря: «Работа закончилась, вечер перетекает в магическую ночь, пришло время настоящего релакса». В приведённом тексте содержится скрытое сравнение расслабленного состояния человека, которому предлагается успокаивающая музыка для отдыха, с обитателем берлоги (медведем). Упоминание природных объектов (листья, звёзды, небо, пыль) и временных показателей (утро, меняются года, идёт своим чередом) напоминают времена o закономерностях, происходящих в жизни, и о том, что частью их является время отдыха.

Одной из главных целеустановок данной радиостанции становится продвижение региональной культуры. Так, например, масштабным и долгосрочным музыкальным проектом на «Радио Сибирь» является программа «Молодая музыка Сибири», созданная *«с целью поиска молодых талантливых групп и настоящих сибирских самородков»*, как заявлено в аннотации к программе. Музыкальные группы и молодые певцы, проживающие на территории Сибири, могут отправить свои песни на радиостанцию и принять участие в еженедельном конкурсе. Слушатели определяют победителя путем голосования на СМС-портале и официальном сайте радиостанции. Известные певцы и деятели культуры, побывавшие в гостях у радиостанции, в разное время давали высокие

положительные оценки данному проекту. Приведём для примера мнение лидера музыкальной группы «Смысловые галлюцинации»:

Сергей Бобунец: **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.** («Радио Сибирь. Омск» 25.05.2015).

Таким образом, высокий культурно-просветительский потенциал радиостанции «Радио Сибирь» позволяет исследовать специфику формирования и функционирования медиаобраза Сибири.

1.3.2 Тематическая структура медиаобраза Сибири на радиостанции «Радио Сибирь»

Рассмотрим тематическую структуру медиаобраза Сибири на «Радио Сибирь» посредством обзора радиопрограмм, представленных на сайте радиостанции.

Информационные программы содержат актуальные материалы, касающиеся политической, экономической, социально-бытовой жизни региона. Например, на «Радио Сибирь. Томск» к ним относятся выпуски «Новостей», «Автоновостей», «Новостей спорта» и «Прогноза погоды»; программы «День за днём» (подробный информационный сюжет на злободневную социальную тему); «Топньюс» (итоги информационной недели в формате рейтинга значимых событий); «Топ-топ» (сообщения, анонсы культурных мероприятий в городе «от автографсессий до театральных премьер, от концертов музыкальных звёзд до мастерклассов шеф-поваров — одним словом, всё, что может сделать этот день приятным и незабываемым, и куда обязательно нужно ТОПАТЬ в освободившееся от работы время»); «С Думой о жизни» (краткий отчет за неделю о проделанной работе парламентариями Томской области) и др.

В ежедневном вещании «Радио Сибирь» значительное место занимают просветительские программы. Во-первых, разнообразие программ данной группы демонстрирует широкий географический охват: от новостей в мировой культуре и за рубежом до событий в Томске; от культурных особенностей всероссийского масштаба до ее отдельных регионов. Во-вторых, следует отметить тематическое разнообразие культурных программ, которые посвящены истории создания всемирно известных музыкальных хитов («Ковровая бомба»), российскому кино («За кадром»), разнообразным блюдам национальных кухонь мира («Странный завтрак»), мифам и народным сказаниям («Легенды Сибири»); интересным географическим лакунам и историческим фактам («Большая страна. Следуй за нами!», «Про Сибирь»).

Большой объём культурной информации об истории Сибири, её климатических условиях, географических особенностях, городах и жителях содержится в просветительском, географически-историческом радиопроекте «Про Сибирь». Анализ языковой репрезентации медиаобраза Сибири в данной радиопрограмме рассматривается во второй главе диссертационной работы.

В анонсе к проекту «Про Сибирь» отмечается, что «Сибирь – это часть могучей России, в которой живут сильные и выносливые, умные и добрые любознательные, гостеприимные люди. Это необъятная uкоторая славится своими географическими особенностями, территория, неповторимой историей и множеством сильных духом личностей, писавших эпитетов, *Сибири*». Обилие своими делами историю описывающих восхваляющих Сибирь и её жителей, является неявным побуждением слушателя к прослушиванию программы, пробуждает стремление узнать и открыть для себя интересные факты о регионе. Рекламная заставка, прямое побуждение и акцент на единении радиостанции и слушателей усиливают эффект ожидания проекта в эфире: Каждый день 6 увлекательных фактов о сибирских просторах! Изучай историю и географию Сибири вместе с «Радио Сибирь»!

Важное место в изучаемом контенте занимает крупный радиопроект, созданный на «Радио Сибирь» при поддержке Русского географического общества –

«Большая страна. Следуй за нами!». Программа рассказывает о географических достопримечательностях России, расположенных в разных регионах Западной и Восточной Сибири. Каждый выпуск включает актуальную информацию об объекте и легенды, связанные с описываемым местом.

Авторы проекта уточняют, что «Большая страна. Следуй за нами!» – масштабное продолжение радиопрограммы «Легенды Сибири» (сезон 2015–2016). Генеральный продюсер сети «Радио Сибирь» И. Заверюха подчёркивает: «Это не просто цикл программ на радио, а самодостаточный онлайн путеводитель по географическим объектам России, как природным, так и созданным человеком». Подкасты выпусков программы можно найти, скачать и послушать в группе во «ВКонтакте» или на сайте «Радио Сибирь».

Одним из специальных проектов, запущенных в 2016 году, стал совместный с Международным радио Китая проект «Китай-FМ». Ежедневно в российском эфире можно услышать 30-минутные выпуски, созданные сотрудниками крупнейшей государственной радиостанции КНР. Основными тематическими направлениями являются экономика, туризм, общество, музыка и спорт. Архивы выпусков доступны в электронном формате на сайте радиостанции и в группе «ВКонтакте».

Культурно-просветительские программы на радиостанции «Радио Сибирь» ориентированы на широкую слушательскую аудиторию, они освещают и знакомят с культурными реалиями от городского до всемирного масштаба.

Развлекательные программы на «Радио Сибирь» («Йети-шоу», «Сибирское утро», «Ловец слов», «Креативный отдел», «Трудности перевода», «Бутерброд», «Пит-Стоп», «Красава») в основном занимают утреннее время вещания и тоже выполняют просветительскую функцию. Перечисленные передачи своей целью ставят не только развлечение слушателей, но и расширение их культурного кругозора.

Программа *«Йети шоу»: Доброе утро, Сибирь! («Сибирское утро»)* начинается в 7 часов утра. В анонсе передачи говорится: *«Вы знаете, как тяжело бывает с утра включить мозг. Включайте Радио Сибирь, и мы Вам поможем!*

Утренняя разминка для мозгов и возможность начать день с отличного подарка! Мы звоним вам, задаём три «простеньких вопроса» за 50 секунд — и если вы отвечаете «впопад» — ваш день начнётся с отличного подарка и прекрасного настроения! В конце игры весёлые ведущие вместе с вами громогласно пожелают всему просыпающемуся городу «Доброе утро, СИБИРЬ!». Побуждение к развитию познавательной сферы адресата, как демонстрируют приведённые иллюстрации, осуществляются ведущими с первых минут эфира.

Из программы *«Странный завтрак»* слушатели могут узнать о том, что едят на завтрак люди в разных странах мира, а также рецепты традиционных утренних блюд и напитков, известных за рубежом.

В программе «Ловец слов» слушателям необходимо отгадать известную фразу. Ею могут быть строки из стихотворений, реплики из кинофильмов, пословицы и поговорки, например, «Умом Россию не понять» или «Быстрее, выше, сильнее!». Задача слушателя — узнать фразу и первым прислать сообщение с правильным ответом. Угадать ответ помогает второй ведущий, задавая своему коллеге вопросы. В каждом ответе звучит одно слово из загаданной фразы. Количество вопросов равно количеству слов в загаданной фразе. Итоги игры звучат сразу после песни: побеждает тот, кто первым прислал правильный ответ.

В передаче *«Креативный отдел»* предлагается придумать оригинальный слоган, создать адрес для сайта, посвящённого определённой продукции или услуге, написать нестандартное продолжение классических поэтических произведений или эпичных фраз, название для фильма на заданный сюжет.

В игре-загадке *«Популярная география»* каждый будний день в официальной группе «ВКонтакте» выкладывается загадка на тему географии. Нужно угадать город по трём подсказкам. Ведущий называет страну, где находится город, его население, что изображено на гербе города и главную достопримечательность (рисунок 3).

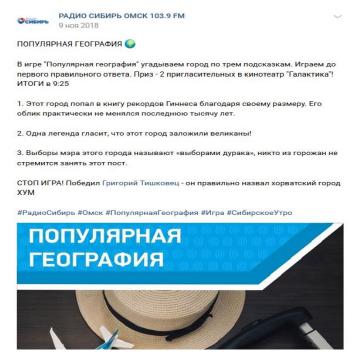


Рисунок 3 — Скриншот поста к программе «Популярная география»

В программе *«Трудности перевода»* слушатели должны отгадать отрывок из известного литературного произведения, который был переведен сначала с русского на иностранный язык и обратно на русский. Например, вот что получается при двойном переводе «Мой дядя самых честных правил…» с русского на норвежский и обратно: «Мой дядя был более честным, при нём шуток не было. Он был вынужден следовать и не мог не думать о хромой»²¹.

В развлекательной передаче *«Пит-Стоп»* автомобилисты, отгадавшие загадки о самых интересных уголках города, должны подъехать за подарком к месту, которое было загадано в задании.

Игры с познавательным компонентом позволяют слушателям продемонстрировать или приобрести знания из различных сфер, улучшить навыки в создании текстов, развить творческое воображение.

Игровой формат общения ведущего со слушателями осуществляется посредством телефонных звонков и комментариев в социальных сетях. Например, в фото-игре «Красава» можно принять участие только на официальной странице радиостанции «ВКонтакте». Слушатели должны прислать похожие пародии на

²¹ Радио Сибирь Радио нашей страны! [Электронный ресурс] // Радио Сибирь : офиц. сайт / Радио Сибирь. Томск. – Электрон. дан. – Томск, 2019. – URL: https://radiosibir.ru/morning (дата обращения: 23.09.2016).

предложенную ведущими смешную фотографию. Текст к фото отличается информативностью, что демонстрирует рисунок 4 и рисунок 5.



к программе «Красава»

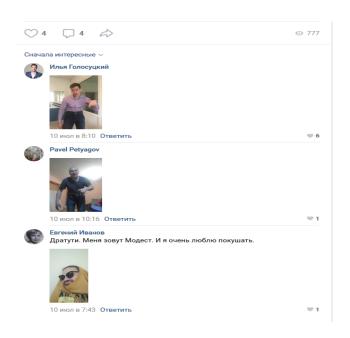


Рисунок 5 – Скриншот ответов слушателей к программе «Красава»

В качестве гостей на утреннее шоу «Бутерброд», «Йети-шоу», «Гость представители профессий, коллекционеры, студии» приходят редких общественные деятели, авторы удивительных проектов, артисты, спортсмены, художники. Радиоведущие за интересной беседой с гостями студии обсуждают актуальные проблемы общества, региона, страны, а также узнают об особенностях разных профессий.

• ЗАСТАВКА. Сейчас в эфире на Сибири. Женя Крылова и Илья Голосуцкий (заставка).

ВЕДУЩИЙ-1: Всем доброе утро!

ВЕДУЩИЙ-2: Всем, здравствуйте! 10 часов 9 минут. Традиционно по пятницам примерно в это время у нас добавляется один, два, три человека в зависимости от коллектива. Когда приходил коллектив Надежды Бабкиной было 23 их, хоровод вокруг нас ходил. Станислав Старовойтов сегодня у нас в гостях. Здравствуй, Стас, приятно слышать тебя! ГОСТЬ: Здравствуйте всем!

ВЕДУЩИЙ-2: Если вдруг, кто не знает, напомню, **участник Stand-ир шоу телеканал ТНТ** («Радио Сибирь. Томск» 17.07.2019).

Записи с гостями студии «Радио Сибирь. Томск» можно послушать в соцсети, на официальной странице радиостанции, где они прикрепляются к фотографии гостя и оформляются в виде поста на стене группы (рисунок 6).

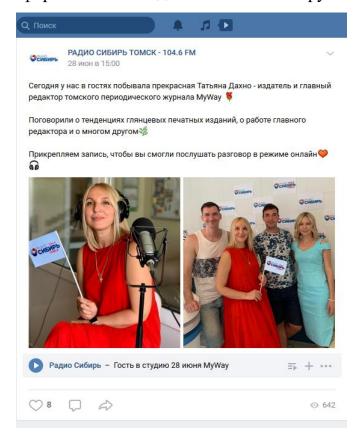


Рисунок 6 – Скриншот поста к программе «Гость студии»

Отметим, что «Радио Сибирь. Омск» — единственная радиостанция, на которой хранятся не только аудиозаписи, но и видеозаписи с гостями, побывавшими на радиостанции.

Контент радиопрограмм на «Радио Сибирь», следуя музыкальноинформационной направленности, содержит значительный объём познавательного материала: информации 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. Рисунок 7 иллюстрирует тематическую структуру медиаобраза Сибири на радиостанции «Радио Сибирь». На основе проведённого обзора программ приходим к выводу, что структуру рассматриваемого медиаобраза составляют такие темы, как путешествия по Сибири, история Сибири, наука и образование в Сибири, жители Сибири (сибиряки), легенды народов Сибири. Данные темы являются основными, поэтому обозначены на схеме цифрами. Выделенные темы раскрываются в программах посредством обсуждения разных аспектов (микротем) обозначены на схеме стрелочками к основным темам.

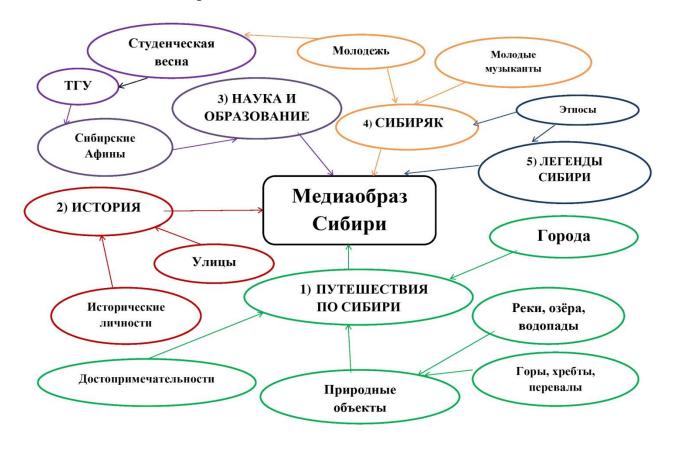


Рисунок 7 — Тематическая структура медиаобраза Сибири на радиостанции «Радио Сибирь»

Региональный просветительский радиодискурс включает в себя не только просветительские программы, коммуникативная цель которых — просвещение и распространение культурной информации, но и программы развлекательного плана, где просветительская информация предлагается в игровой форме (например, ежедневные фото-конкурсы, игры, розыгрыши в утреннем «Йети-шоу»).

Содержание просветительского дискурса составляют также беседы с гостями студии — деятелями культуры, известными музыкантами, приехавшими в Сибирь на гастроли, а также с представителями разных профессий, проживающих в данном сибирском городе. В беседе с музыкантами выясняются их впечатления о Сибири, о городе, о жителях региона. Подобного рода беседы дают слушателям возможность пообщаться с гостями вживую по телефону или посредством вопросов.

Итак, региональный просветительский радиодискурс имеет разветвлённую структуру, включающую в себя разное число участников: одного ведущего в программе (*«Легенды Сибири»*, *«Про Сибирь»*, *«Большая страна. Следуй за нами!»*), или двух и болеее – в беседах ведущего и гостей студии.

Особенности формирования и языковая реализация медиаобраза Сибири в монологических и диалогических радиотекстах рассматриваются в главе 2 диссертации.

Выводы по главе 1

- 1. Понятие медиаобраза является предметом исследования разных научных направлений, этим объясняются многочисленные определения данного понятия. Междисциплинарная природа медиаобраза обусловливает применение методов разных наук при его описании. Функционируя в средствах массовой информации, медиаобраз становится объектом исследования медиалингвистики.
- 2. Научные исследования выявляют, что на формирование медиаобраза определённой территории большое влияние оказывают сложившиеся стереотипы, вследствие чего актуализируется вопрос об изменении существующего устойчивого мнения о Сибири как отсталой, заброшенной части России и о создании положительного медиаобраза Сибирского региона в современных средствах массовой коммуникации.

Важную роль в создании медиаобраза конкретной территории играет продуманный отбор культурно-просветительского материала и профессиональное освещение его в региональных СМИ.

- 3. Отечественный медиадискурс включает сегодня дискурсы прессы, телевидения, радио, интернет-коммуникаций (социальные сети, блогосфера), рекламы, пиара. Медиаобразы, создаваемые в разных дискурсах, имеют свои особенности формирования и функционирования. Региональный просветительский радиодискурс на данном этапе можно охарактеризовать как активно развивающийся радиодискурс. Наличие значительного объёма просветительских программ на региональных радиостанциях свидетельствует об актуальности просветительской функции радио как средства массовой коммуникации.
- 4. Тематическая структура медиаобраза Сибири на региональной радиостанции включает просветительскую информацию о природных объектах Сибири, исторические и достопримечательностях сведения, легенды народностей, впечатления гостей радиостудии о сибирских городах, регионах и жителях Сибири. Культурное просвещение на радио посредством радиопередач о Сибири представляется эффективным инструментом в формировании культурно образованной и медиаграмотной личности.

ГЛАВА 2 КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАОБРАЗА СИБИРИ В РЕГИОНАЛЬНОМ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОМ РАДИОДИСКУРСЕ

Коммуникативные стратегии (КС), реализующие медиаобраз Сибири в дискурсе радиостанции «Радио Сибирь», представлены двумя типами программ — программами монологического характера и диалогического. Этот фактор определяет логику анализа.

2.1 Коммуникативные стратегии формирования медиаобраза Сибири в монологических просветительских радиотекстах

Разновидности коммуникативных стратегий формирования медиаобраза Сибири в монологических просветительских радиотекстах обусловлены тем, что каждая радиопрограмма имеет свою цель, а следовательно, свою коммуникативную стратегию (рисунок 8). Цели, реализуемые в дискурсе анализируемых программ, были представлены в параграфе 1.3.2.

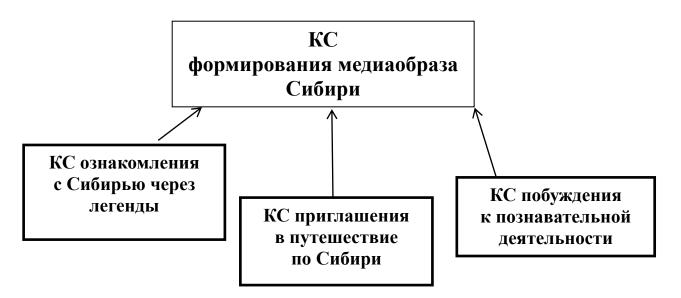


Рисунок 8 — Коммуникативные стратегии формирования медиаобраза Сибири в монологических радиотекстах

К монологическим радиопрограммам относятся в работе такие, которые осуществляет один ведущий и в которых не предполагается ответная реакция адресата прямом эфире. Тексты-реакции слушателей размещаются электронном формате на сайте радиостанции или в соцсети. Рассматриваемые радиопрограммы различаются жанровой спецификой, содержательным контентом, функционирования. В каналом данном разделе рассматриваются коммуникативные тактики формирования медиаобраза Сибири на примере трёх радиопроектов.

Радиопрограмма «Легенды Сибири» определяется авторами «как передача о загадочных происшествиях, археологических таинственных и местных мифах и о народных сказаниях»²². Программа «Большая страна. Следуй за нами!» – программа о географических достопримечательностях России, расположенных на территории Сибири. Выпуски продолжительностью 4-5 минут можно прослушать онлайн или скачать на сайте в Интернете, а также с официальной страницы радиостанции в социальных сетях. «Про Сибирь» – это программа, посвящённая интересным фактам о Сибири из разных областей культуры (истории, науки, современной культуры) и географических объектах Материалы радиопроекта представлены на официальном Сибири. радиостанции в виде «ленты радиосообщений». Короткий вопрос звучит перед рекламным блоком и является анонсом второй части, содержащей краткий, но информативный ответ, предлагаемый слушателю после рекламного блока.

Отсутствие обратной связи в проанализированных программах со слушателем определяет набор коммуникативных тактик и коммуникативных ходов для реализации генеральной коммуникативной стратегии создания медиаобраза Сибири.

Понятия коммуникативные тактики (КТ) и коммуникативные ходы (КХ) используются в настоящей диссертационной работе с опорой на труды О. С. Иссерс и её последователей: коммуникативная тактика понимается как «совокупность речевых действий», коммуникативных ходов, направленных на достижение цели коммуникации [2006, с. 54].

 $^{^{22}}$ «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).

2.1.1 Коммуникативная стратегия ознакомления с Сибирью через легенды (на материале программы «Легенды Сибири»)

Просветительскую составляющую программы определяют следующие факторы:

- 1) Широкий охват регионов Сибири, что находит отражение в топонимических именах: в программе звучат названия автономных республик (Алтай, Бурятия, Тува, Якутия), краёв (Алтайский, Красноярский), областей (Иркутская, Кемеровская, Новосибирская, Омская, Томская), расположенных на территории Восточной и Западной Сибири.
- 2) Наличие большого объёма информации, репрезентирующей историческое прошлое названных регионов, повествующей о многообразии национальностей, проживающих в разных частях Сибири, их традициях и самобытности.

Коммуникативная стратегия ознакомления с Сибирью через легенды реализуется пятью коммуникативными тактиками [Сабаева, 2017а].

1) **КТ** локализации легенды. Посредством данной тактики предлагается информация о месте появления легенды, об объекте, с которым она локально связана.

Обозначение места конкретизируется информацией о географическом положении объекта, с которым связана легенда: *На границе Омской и Новосибирской областей* ²³, в 47 километрах от райцентра Муромцева, находится озеро Данилово («Озеро Данилово» ²⁴); Пещера находится в 18 километрах от деревни Усть-Кабырза, в дремучей тайге. Тянется она на 7 километров вглубь горы («Азасская пещера»).

Для более точного обозначения места действия легенды используются топонимы, обозначающие названия областей, краёв, городов, сёл, деревень, рек, озёр. Географическое место, о котором идёт речь, уточняется при помощи имён числительных со значением расстояния: в 47 километрах от, 18 километрах от, на 7 километров.

²³ Здесь и далее жирным шрифтом выделены языковые средства, выполняющие основную прагматическую функцию в создании рассматриваемого образа.

²⁴ В скобках указаны названия выпусков программы «Легенды Сибири».

Значительный объём культурной информации заключается в наименовании загадочного объекта, в его связи с мотивировочным признаком. Эта интенция осуществляется разными *коммуникативными ходами*.

- КХ наименования объекта по названию места расположения: В начале 90-х гг. раскопки кургана Ак-Аллаха на плоскогорье Укок в Республике Алтай явили миру одно из самых значимых, и в то же время одно из самых противоречивых открытий археологии конца 20 века. Под толщей льда археологи обнаружили прекрасно сохранившуюся мумию женщины. Журналисты окрестили женщину «Принцессой Укока» («Принцесса Укока»); «Витимские эпицентры» именно так называют места взрывов большого космического тела, упавшего в район реки Витим, вблизи посёлков Бодайбо и Мама Иркутской области в ночь на 25 сентября 2002 года («Витимские эпицентры»).
- КХ наименования объекта по подобию внешних форм, очертаний: Есть у мыса Хобой и ещё один вид. Южный край клыка сбоку очень напоминает женкой профиль, каким он мог выглядеть на носу древнегреческой галеры. Местные жители часто называют эту скалу «Девой». Существует бурятская легенда, по которой скала и в самом деле окаменевшая девушка («Мыс Хобой»).
- <u>КХ наименования места по географическим особенностям:</u> Одно из самых красивых мест на Байкале **мыс Рытый**. Пересохише рукава речки создают впечатление, что **мыс изрыт** узкими извилистыми оврагами, направленными в Байкал. Отсюда и название **Рытый** («Мыс Рытый»).
- <u>КХ наименования места по социокультурному предназначению:</u> Некогда это место являлось святым для народов манси, здесь был расположен **молебный камень**, на котором совершались обряды жертвоприношения, от которого и пошло название деревни **Молебка** («Молебский треугольник»).
- <u>КХ противопоставления двух наименований одного объекта</u>, данных учёными-исследователями и местными жителями в одном высказывании, помогает простроить разное видение одного предмета: *Учёные называют это место «Чаинской аномалией»*, местные жители «Могильным мысом» («Могильный мыс»); Официальные источники называют загадочный кратер

«Забульдинским конусом», а среди местных жителей – якутов – он известен как «Гнездо огненного орла» («Забульдинский конус»); По месту находки мумия была названа «Зеленоярским человеком», но среди археологов мумию называют не иначе как «Рыжеволосый» («Полусские мумии»).

Сообщение информации об особенностях объекта легенды выделяется ведущим при помощи интонации И оценочных лексических единиц. Фактологическая информация передаётся при помощи числительных обозначением географических и природных характеристик (расстояние, высота, температура): Само озеро расположено на высоте 1020 метров над уровнем моря, вытянуто с севера на юг на 14 километров. Средняя температура воды в озере составляет +9 градусов. Однако, несмотря на такую низкую температуру, замерзает оно **аномально медленно** («Лабынкыр»); Под толщей льда археологи обнаружили **прекрасно** сохранившуюся мумию женщины. Мумия лежала на боку со слегка подтянутыми ногами. На руках у неё были многочисленные татуировки. Вся одежда была изготовлена очень качественно и свидетельствует о высоком статусе погребённой. Исследования показали, что захоронение относится к периоду Пазырыкской культуры Алтая и сделана в 5-3 вв. до н.э. («Принцесса Укока»).

Большое количество неопределённых местоимений передают разнообразные значения:

- неточное «время действия» легенды или событий, лёгших в основу легенды: Эти мрачные места когда-то были заселены; Когда-то они, по неизвестным доселе причинам, бросили тайгу, и перешли в алтайские горы; Когда-то в этом подземелье была оружейная хана Кучума.
- неопределённость предмета или объекта обсуждения: Здесь неоднократно замечали **некоторое** серебристое свечение, особенно яркое над озером; Тем не менее, **что-то** таинственное в этих местах определённо происходит; Есть **что-то** мистическое в дальнейшем строительстве театра.
- множество точек зрения на происхождение легенды, на обоснование её истоков: **Кто-то** считает, это связано с падением Тунгусского метеорита, кто-

- **то** что под Чёртовой поляной тлеет каменный уголь; **Кто-то** принимает их за яйца динозавров, **кто-то** за плоды древних морских растений, а **кто-то** говорит, что шары были изготовлены жителями таинственной Атлантиды.
- 2) **КТ описания особенностей места, связанного с легендой.** Посредством применения указанной тактики описывается реальное место события, отражённого в легенде, его необычность или история, цель которой приблизить слушателя к реалистичности, помочь ему представить данное место.
- Здесь посреди болота в форме утюга возвышается небольшой участок суши. На нём растут древние кедры, которые даже днём не пропускают солнечный свет. И царит тишина. Абсолютная («Могильный мыс»).
- Это место буквально усыпано костями птиц и зверей. Домашние животные обходят Чёртову поляну стороной. Деревья стоят обугленные, как после лесного пожара. Местные жители говорят, что часто видят над этой поляной какой-то стелящийся туман или дым («Чёртова поляна»).
- Удивительное явление в урочище, а особенно в той его части, где расположено небольшое озеро под названием Мёртвое, далеко не редкость. Здесь неоднократно замечали, некоторое серебристое свечение, особенно яркое над озером. А также непонятно кем начерченные ровные круги на земле, но подробно рассказать об этих аномалиях могут не все («Видимское урочище»).
- В районе Патомского нагорья Восточно-Сибирской тайги есть одна очень странная гора со срезанной вершиной. Внутри неё находится круглая полость с двенадцатиметровым холмом в центре, который так же идеально круглый. Стенки кратера состоят из глыб различного размера («Забульдинский конус»).

Поляна оказалась окружена **чёрными безжизненными** деревьями. Везде виднелись **белеющие кости** («Чёртова поляна»).

Описание места обычно создаётся при помощи языковых средств с семантикой необычности, фантастичности, неправдоподобия, неопределённости.

3) **КТ обращения к историческим данным.** Посредством применения указанной тактики конкретизируются исторические данные, связанные с местом легенды.

- <u>КХ сообщения конкретной даты происходящего</u> вводит элемент фактологической достоверности.
- В 1936 году группа геологов обосновалась в деревне Елизавета неподалёку от Красноярска. Через несколько дней, вернувшись домой после очередного маршрута, геологи увидели полностью вымершую деревню. Вещи в домах остались нетронутыми, на главной деревенской улице лежали два велосипеда. Один из геологов, позже ставший профессором, до самой старости вспоминал тот ужас, который они испытали, пытаясь проникнуть в дом, дверь которого была закрыта изнутри («Деревня Елизавета»).
- В 1908 году в крутом берегу Томи была обнаружена так называемая «Пещера Воина». Костяк воинов в деревянных доспехах, обтянутых кожей, примерно датировали началом нашей эры. Находка эта была передана Томскому университету, но через некоторое время исчезла таинственным образом («Город Грустина»).
- В 1999 году в этом местечке на северо-западе Сибири начались археологические раскопки, результатом которых стала поистине сенсационная находка. В первый же сезон на месте работ археологи обнаружили 16 погребений, и два жертвенных комплекса, датируемых 16-12 вв. н.э. («Полусские мумии»).

Для придания легенде реалистичности используется <u>КХ сообщения имён</u> реальных исторических личностей с их статусом, наименования реальных государственных организаций.

- В 1991 году экспедиции владивостокских уфологов под руководством Александра Ремпеля после длительной предварительной подготовки удалось найти загадочную поляну. При приближении к кладбищу, по рассказу руководителя экспедиции, странно повёл себя компас, а прибор, регистрирующий электро-магнитное излучение, стал показывать максимальное значение («Чёртово кладбище»).
- Это подтвердил и научный сотрудник Тюменского областного краеведческого музея Ришат Рахимов. Похоже, что рост людей, которым принадлежали останки, не превышал полуметра. Известный тюменский

писатель и краевед Борис Горязимов, имеющий в своём архиве богатейший материал, в том числе легенды о сибирских пигмеях, считает, что принадлежали они к племени сибиров, и были настолько малы, что вдвадцатиром усаживались на одну лошадь («Тобольское заболотье»).

Временное противопоставление (прошлого и настоящего) подчёркивает историческую значимость объекта.

- В наши дни Молебский треугольник стал местом паломничества сотен туристов, а началось всё в 80-х годах прошлого века, когда это поселение прогремело на всю страну. В 1983 году во время зимней охоты пермский геолог обнаружил среди снегов круглый след диаметром 62 метра. С этого времени Молебский треугольник будоражит умы многих людей. Здесь встречали снежного человека, видели НЛО, а также светящиеся шары, демонстрирующие разумность поведения («Молебский треугольник»).
- Зато с мыса очень удобно наблюдать восход солнца. Недаром это место всегда выбирали **шаманы** для своих **обрядов**. Сюда и по сей день приезжают последователи различных духовных школ **для медитации** («Мыс Хобой»).

<u>КХ обращения к рассказам очевидцев</u> загадочного события также служит элементом достоверности, реалистичности события.

- Интересен тот факт, что в разное время разные люди описывали Лабынкырского монстра одинаково: огромное, тёмно-серого цвета с такой большой головой, что расстояние между его глазами составляет более метра («Лабынкыр»).
- Николай Рахматуллин первый очевидец этого явления, немедленно доложил обо всем своему командиру. Огромный, огненный шар медленно выплыл из-за горизонта, с северо-запада озера Байкал («Кровавый туман»).

При описании животного/существа/явления преобладают прилагательные, характеризующие: размер/рост объекта (огромный, большой, маленький); цвет/окраску (с ярко-красного, до тёмно-багрового; серебристое свечение, особенно яркое над озером; взрыв яркого объекта с хвостом оранжевого цвета; облака необычного серебристого цвета); форму предмета (Говорят, глубокой

ночью при **полной** луне на мысе можно увидеть тёмные фигуры маленьких людей; а также не понятно, кем начерченные **ровные** круги на земле). В анализируемых текстах частотны лексические единицы с семантикой «необъяснимого»: *странный*, необычный.

Для описания используются образные единицы и сравнительный оборот: как живой, шар пульсировал; шар, размером с солнце; в форме утюга возвышается небольшой участок суши; Деревья стоят обугленные, как после лесного пожара; над Байкалом наблюдалось таинственное явление, похожее на кровавый красный туман.

4) **КТ представления культурного фона Сибири.** Указанная тактика подчёркивает особенность Сибири как культурно значимого региона России.

Отсылка к легендам/преданиям, связанным с разными местами в регионах Сибири, показывают богатство культурного многообразия этносов, проживающих на её территории.

- По одному из древних преданий, **дух владыки Байкала**, который когда-то жил здесь, был разбужен битвой между тремя **шаманами** и тремя богатырями, поспорившими о шаманской силе («Мыс Рытый»).
- Есть среди них легенда о племени **карликов**, которые жили здесь много тысяч лет назад и воевали с серыми журавлями, отнимая у них яйца («Тобольское заболотье»).
- Сибирь славится своей густой бескрайней тайгой, и, конечно, мифология леса не мыслима без таёжных существ **Леших** («Леший»).
- Тем не менее, многочисленные экспедиции, постоянно исследующие пещеру, надеются найти местного **йети** («Азасская пещера»).
- Многочисленные легенды говорят о том, что на Алтае находятся врата в Шамбалу страну бессмертия и вечного счастья. Неужели учёные потревожили хранительницу этих врат, вызвав тем самым многочисленные стихийные бедствия («Принцесса Укока»).

При обращении к легенде в речи ведущего преобладает лексика с наименованиями существ и мифических мест, имеющих связь с потусторонним

миром: дух, шаман, чёрт, Шамбала; сказочных существ: карлики, гномы, йети, Леший, монстр, чудовище. Сообщаются уникальные имена собственные: местные избегают этого места, опасаясь гнева владыки Байкала **Ухэр-Нойона**.

КХ указания на наличие связи между объектами легенды и событиями в реальной жизни усиливают значение природы в культурной ментальности этносов, проживающих в Сибири: Местное население верит, что Принцесса Укока охраняла зев Земли — вход в подземное царство и обеспечивала спокойствие в регионе. Сейчас зев остаётся открытым, что, по мнению алтайцев, небезопасно. С этим связывают многочисленные природные бедствия, обрушившиеся на Алтай в последние два десятилетия. В пример приводят сильнейшее землетрясение, которое в 2003 году заставило содрогнуться Горный Алтай («Принцесса Укока»).

5) КТ включения Сибири в мировое культурное пространство.

Данная тактика осуществляется посредством <u>КХ нахождения аналогий</u> между всемирно известными реалиями и их «сибирскими двойниками». Наличие в мире и в Сибири похожих, необъяснимых наукой объектов, предметов позволяет провести параллель между ними, и становится значимым показателем «включённости» Сибири в мировое культурное пространство.

- Безусловно, самым известным местом обитания **чудовищ** остаётся шотландское озеро **Лохнесс**... Сотни лет из поколения в поколение местные жители передают легенду о существовании в озере некоего огромного животного, которого называют **Лабынкырский чёрт** («Лабынкыр»).
- Вблизи деревни Домны в Еравнинском районе Бурятии находится легендарный водоём, где, согласно рассказам очевидцев, постоянно без следа исчезают люди и животные. Местные журналисты называют его и **Бермудским** треугольником Бурятии, и собратом Лохнесса («Соболохо»).
- Наибольшее количество каменных сфер находится на Коста-Рике, их там около 300. Есть подобные образования и у нас в России. К примеру, загадочные каменные шары были обнаружены в посёлке Богучанка, что на севере Иркутской области («Богучанские шары»).

Описание Сибири как части большого мира осуществляется также <u>КХ</u> отсылки к всемирно известным именам исследователей:

- Легенды об источниках вечной молодости существуют в разных частях света. Начало поискам одного из таких источников положил еще **Колумб.** Индейцы, с которыми ему довелось общаться, утверждали, что источник, чьи воды делают стариков снова молодыми, реально существуют («Озеро Данилово»).
- Высказывается версия о том, что тунгусская катастрофа 1908 года была вызвана экспериментами **Николы Теслы**. В подтверждение этой гипотезы сообщается, что якобы в то время у **Теслы** видели карту Сибири, включающую район Сибири, в котором произошёл взрыв («Тунгусская версия»).

Имена учёных и исследователей связывают события Сибири с происшествиями за её пределами, тем самым «включают» Сибирь в диалог культур.

Подводя итог проведённого анализа языковых средств реализации данных тактик можно выделить большую группу единиц с семантическим компонентом таинственности, загадочности, необъяснимости, отрицательных эмоций:

- 1) имена прилагательные: аномальный, загадочный, мистический, необычный, сверхъестественный, странный, таинственный и их падежные формы;
- 2) имена существительные: *аномалия, загадка, тайна*; наименования мифических существ, существ, имеющих отношение к потустороннему миру: *гном, дух, йети, леший, монстр, мумия, чёрт, чудище, чудовище*;
- 3) неопределённые местоимения и наречия: когда-то, где-то, что-то, кто-то, нечто;
 - 4) эмоционально-оценочная лексика:
- отрицательные эмоции: *ужас, страх*; отрицательные характеристики: *страшный, безжизненный*;

Группа единиц с семантикой положительной оценки меньше:

положительные характеристики: чудо; красивый, невероятный, сказочный,
 чудодейственный.

Выделенные в данной радиопрограмме коммуникативные тактики и коммуникативные ходы реализуют стратегию создания образа Сибири как уникального региона, в котором расположены удивительные, загадочные места, происходят необъяснимые события. Истории, происходящие в разных регионах Сибири, легенды народностей, которые живут на этой территории, становятся особенным культурным пространством, имеющим свою самобытность и связанным с современным миром.

2.1.2 Коммуникативная стратегия приглашения в путешествие по Сибири (на материале программы «Большая страна. Следуй за нами!»)

Основной коммуникативной стратегией, реализуемой в данной программе, является стратегия приглашения в путешествие к определённому объекту. Каждый выпуск программы посвящён одному путешествию и имеет определённую структуру, выстраиваемую разнообразными коммуникативными тактиками (тактики представлены по частотности употребления) [Сабаева, 2019б]:

1) **КТ приветствия адресата и обозначения «направления путешествия»**: Приветствуем любителей сибирского туризма. Сегодня мы отправляемся в Тюменскую область, наша цель – Андреевские озёра.

Слушатель программы получает квалификацию – любитель туризма, что превращает его в виртуального путешественника, следующего за ведущими в интересные места Сибири.

2) **КТ анонсирования программы**: Современные города и старинные крепости, живописные озёра и завораживающие горы, заповедные зоны и уютные курорты. Все красоты необъятной родины в проекте «Большая страна. Легенды Сибири». Программа создана при финансовой поддержке **Всероссийской общественной организации «Русское географическое общество»**.

Ссылка на спонсора программы подчёркивает авторитетность источника материала.

- 3) **КТ презентации природного объекта**, включающая описание внешних данных, исторических сведений, указывающих на возраст объекта, современное состояние объекта, его роль в экономике страны. Рассказ начинается после побудительного призыва *«Следуй за нами!»*, который подготавливает слушателя к восприятию информации.
- 4) **КТ отсылки к легенде, мифу или мистическому рассказу**, связанной с данным объектом или описываемым местом, обычно начинается после перебивки *«Легенды Сибири»*.
- 5) **КТ побуждения слушателя к путешествию**: Путешествуем по России в сибирском эфире. Слушай Сибирь, следуй за нами!

Повтор фразы *«Следуй за нами!»* в конце выпуска ориентирует адресата на «мы-коммуникацию», косвенно выражает диалогичность программы, призыв к слушателям быть в эфире, быть частью «Радио Сибирь».

Глаголы в форме побудительного наклонения (*слушай, следуй*), приветствие (*приветствуем любителей*), глаголы в форме 2 л. мн.ч. (*путешествуем, отправляемся*) — выстраивают косвенный диалог со слушателем, знакомя с новыми местами в Сибирском регионе и побуждая к путешествиям.

КТ презентации природного объекта осуществляется разными коммуникативными ходами, которые реализуются различными языковыми средствами. Самую большую группу составляют имена прилагательные и имена существительные:

- КХ описания внешних характеристик природных объектов: Наиболее же приспособлено для отдыха Большое Андреевское озеро с чистым песчаным пляжем («Андреевские озёра»); Привлекательность Долины семи озёр для туристов скрывается не только в удивительно красивых горных пейзажах, но прежде всего в живописных озёрах, отличающихся друг от друга не только месторасположением и причудливыми очертаниями, но ещё и оттенком воды («Долина семи озёр»); Красивейшая первозданная природа привлекает к Кодару внимание не только альпинистов, но и обычных туристов. На Кодаре находится и высшая точка Забайкалья — пик Бам, высота которого составляет более трёх

километров над уровнем моря («Хребет Кодар»); Гора Борус, одна из самых высоких гор западного Саяна, и расположена неподалёку от Саяно-Шушенской ГЭС («Гора Борус»); Это **прекраснейшее** место отдыха, но в первую очередь это ландшафтно-гидрологический природный заказник. Те, кто готов испытать самые острые ощущения, могут даже забраться в одну из ледяных пещер («Ледник Булуус»); По фантастичности пейзажей одна из долин Горного Алтая Кызыл-Чын превосходит все известные природные достопримечательности этого края («Кызыл-Чын»); **Суровые** скальные вершины, крайне редкие для Восточной Сибири, белоснежные ледники, красивейшая первозданная природа всё это в последние годы стало привлекать к Кодару внимание не только альпинистов, но и обычных туристов («Хребет Кодар»); Борус не может похвастаться особой высотой, чуть более 2000, ни особой сложностью похода к нему, но зато он влечёт неповторимой природой («Гора Борус»); Огромные каменные глыбы упали в бурную реку Чульчу, но даже им не удалось сдержать бурлящие потоки реки, и они обрушили их с большой высоты в другую реку, Чулышман («Чульчинский водопад»).

- КХ наименования природного объекта по описанию места: В этих же местах на коренном берегу Иртыша возвышался причудливый земляной пик, называемый «Чёртов палец». Представлял он собой скалу из глины и песка, удивительно напоминающую кулак с выступающим указательным пальцем какого-то исполина, но с течением времени причудливые выступы скалы претерпели физические и химические выветривания и постепенно начали разрушаться. Все эти красоты очень хорошо просматриваются с высокого берега Иртыша, с места известного в народе под названием «Лысая гора» («Чёртов палец»); Горы Кызыл-Чын ещё называют «Полосатыми горами», и это название вполне обосновано. Если смотреть на эти горы издалека, кажется, будто художник раскрасил их во все мыслимые цвета и оттенки. Здесь жёлтая порода резко сменяется на зелёную или красную («Долина Кызыл-Чын»); Согласно одной из версий учёных, название Учар, в переводе на русский означает «летучий» или «неприступный» и с этим нельзя не согласиться («Чульчинский

водопад»); Среди русскоговорящего населения за источниками закрепилось название «Тёплый ключ», однако местные жители Алтая называют ключи «Джумалу», но несмотря ни на что, это место принято считать святым ещё с древних веков. А потому здесь запрещено кричать, ругаться, распивать напитки, мусорить и даже осквернять огонь, иначе целебные чудеса этих мест прекратятся («Джумалинские ключи»); Республика Тува – очень необычный российский регион. Эта древняя земля может no праву называться сокровищницей множества археологических u этнографических достопримечательностей. Многие века этот край был под властью различных племён. Следы их пребывания в той или иной степени дожили и до наших дней. Один из подобных артефактов находится на северо-западе республики. Местное население называет его «Дорогой Чингисхана» («Дорога Чингисхана»).

- КХ передачи значения природных объектов для современной экономики Сибири: Томь – транспортный путь и источник электроэнергии, но и как многие другие российские реки, Томь даёт жизнь всему на территории Кузнецкого бассейна; Томь ещё с советских времён имела большое народнохозяйственное значение; Это прекраснейшее место отдыха, но в первую очередь это ландшафтно-гидрологический природный заказник («Томь»); **Интерес** к территории мыса не теряет свою **популярность** и в наши дни. Каждый год сюда приезжают сотни туристов и археологов, желающих познать тайну памятника Аникин камень («Аникин камень»); В летнее время это место пользуется большой **популярностью у туристов** («Ледник Булуус»); Кемеровская область вот уже много десятилетий является крупным промышленным центром страны и основным поставщиком угля, металла, леса и ценных полезных ископаемых. Горный комплекс Кузнецкий Алатау – составная часть Алтае-Саянской горной страны, природного региона юга Сибири, важного центра биообразования не только Сибири, но и России в целом <...> Это действительно драгоценность России («Кузнецкий Алатау»); Открытые только в пятидесятых годах ледники сразу же стали **изюминкой** района «Хребет Кодар»); **Крупнейшее** российское месторождение хромдиопсида находится здесь, в Якутии, а потому этот минерал часто называют якутским, или сибирским, изумрудом («Бутылочная скала»).

- КХ акцентирования внимания на уникальности природных объектов: Эти природные ключи представляют из себя редкий тип термальных источников, в которых преобладает родон («Джумалинские ключи»); Много в Горном Алтае поистине уникальных мест, чего только стоят каменные грибы или великолепная Белуха («Белуха»); Ценность данного памятника, созданного природой, заложена в его геологической особенности («Аникин камень»); Уникальный ландшафт долины Кызыл-Чын создавался ветрами и дождями в течение миллионов лет, благодаря чему сейчас можно любоваться скалами необычной формы, живописными каньонами и необычными природными явлениями («Кызыл-Чын»); Среди скалистых гор станового хребта и непроходимой тайги находится легендарная Бутылочная скала («Бутылочная скала»); Горные хребты, озёра, реки, многочисленные леса — всё это делает местность уникальным заповедником со своим неповторимым характером («Хамар-Дабан»).

- КХ описания качественных характеристик природных объектов: Пресная вода в нём признана учёными очень чистой, вкусной и полезной, особое значение имеет присутствие в её составе кремниевой кислоты («Ледник Булуус»); Долина семи озёр получила известность благодаря уникальному комплексу горных озёр, разнообразной флоре и фауне («Долина семи озёр»); В 2011-м году Большой Чульчинский водопад был внесён в список самых труднодоступных достопримечательностей России («Чульчинский водопад»); Однако сегодня о неприступных Забайкальских красотах знает большинство экотуристов («Хребет Кодар»); Заповедник Кузнецкий Алатау расположен на территории Кемеровской области, самой густонаселённой и промышленно развитой области за Уралом («Кузнецкий Алатау»); Здесь можно удачно порыбачить, ведь в реке водятся: язи, плотва, щуки, окуни и многие другие виды рыб («Река Томь»).

- <u>КХ описания исторической значимости предметов и объектов:</u> Этот утёс является настоящей местной достопримечательностью, потому по праву

считается памятником природы областного значения («Аникин камень»); Недалеко от Кемерова расположился уникальный исторический уголок природы и истории — «Томская писаница». Его главной достопримечательностью является отвесная скала с древними рисунками первобытных людей («Томская писаница»); Одним из более живописных и посещаемых памятников древнего искусства в Хакасии является Сулекская писаница («Сулекская писаница»).

- КХ нахождения аналогий между всемирно известными реалиями и их «сибирскими двойниками»: Красота пейзажей горной тайги и альпийских лугов Кузнецкого Алатау не уступит прославленным Альпам («Кузнецкий Алатау»); Причиной такой палитры здешней скальной породы является большая концентрация полиметаллических руд, причём преобладание красного в горной породе Кызыл-Чына до ужаса напоминает известные всем марсианские пейзажи, ну или каньоны из Американских вестернов («Долина Кызыл-Чын»).
- 4) КТ отсылки к легенде, мифу или мистическому рассказу об объекте: Издавна эвенки чувствовали особую исцеляющую энергию этой горы, а потому всегда считали, что скала не только исцеляет зрение, но и дарует духовное прозрение. Местные жители уверены, чтобы прозреть в высшем смысле этого слова нужно суметь увидеть внутри Бутылочной скалы парящую птицу, тогда только обретёшь подлинную свободу и перестанешь бояться смерти. Но как же в мерцающем камне поселилась птица? Есть легенда о неизвестном ювелире, выгравировавшем в минерале крылатое создание и тщательно заделавшем следы своей работы. В народе бытует версия о некоем Викторе Сошникове, который всю свою жизнь посвятил работе у Бутылочной скалы, найденную им с помощью местных шаманов («Бутылочная скала»); Об этом камне многие века ходит также множество легенд. В одной из них говорится о том, что мастер-Камень с древности называют камнем шамана или мировым камнем. По преданиям, когда-то на месте озера Аккем перед Белухой, стоял город, а мировой камень был местом, где древние князья решали вопросы мира. Ещё некоторые люди верят, что в древности на Алтае побывал и Александр Македонский, несколько недель жил в долине Ярлу и черпал силы и мудрость у

Камня-мастера («Долина Ярлу»); Помимо поразительных красот гор, лесов и ложбин, ущелье поражает своей сакральной силой. Здесь мощь природы ощущается физически. Существует также утверждение, что долина не пускает в себя людей с ущербно искривленной моралью. Такие люди не могут войти в неё, у них начинаются боли, находит панический страх или появляются вдруг какие-то важные неотложные дела. И это неудивительно, ведь именно в этом волшебном месте растёт самый чудесный цветок на свете — эдельвейс. А ведь это растение символизирует мудрость и тайну, которая действительно, скорее всего, живёт в этих сказочных местах («Долина Ярлу»); Глядя на эти шедевры природы сразу же вспоминается местная легенда об окаменевших людях. В далекие времена эта земля не была скована мерзлотой и в горах жили люди, но год от года климат становился все холоднее, и горные жители решили уйти на юг. Однако злые духи воспрепятствовали этому и когда люди шли через Кисиляхский хребет, они превратили их в каменные изваяния («Гора Кисилях»).

Важное место в радиотекстах занимают показатели историчности, древности, которые репрезентируются посредством:

– прилагательных, указывающих на возраст объектов, памятников: Его главной достопримечательностью является отвесная скала с рисунками первобытных людей, возраст которых равен примерно шести тысячам лет («Томская писаница»); Урочище «Провал земли» расположено на правом берегу великой реки Иртыш в Горьковском районе неподалёку от древнего села Серебряное, которое, кстати, тоже имеет особую историю (Урочище «Провал *земли»);* Причём отличие om многих других достопримечательностей, это величественное творение природы весьма молодо («Чульчинский водопад»); Кодар – ещё и единственный в Забайкалье хребет, имеющий современное оледенение. Открытые только в пятидесятых годах ледники, сразу же стали изюминкой района. Кстати, каких-то ещё полвека назад, об особенностях хребта Кодар знали лишь узкие специалисты, географы («Хребет Кодар»); Как бы то ни было, стоянка Деринг-Юрях сегодня является **самой древней** на территории Евразии («Деринг-Юрях»);

- форм превосходной и сравнительной степеней сравнения прилагательных: 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»);
- существительных наименований исторических эпох и событий, имён 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»);
- имён числительных, обозначающих 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»); Сланцы, имеющие темно-серый окрас глинистого характера, на поверхности которых располагаются полосы светлосерого песчаника, свидетельствуют о древнем происхождении утёса, около 360 млн лет назад («Аникин камень»).

В народных наименованиях природных объектов содержится социокультурная информация: Один из подобных артефактов находится на северо-западе республики. Местное население называет его «Дорогой Чингисхана». Согласно легенде, здесь проходили войска Монгольской империи во главе с великим завоевателем Чингисханом («Дорога Чингисхана»); Название хребта происходит от бурятского языка. Хамар — нос, Дабан — горный перевал, седловина. Иногда «хамар» переводят как кедровые орехи, в этом случае название звучит как Ореховый перевал («Хамар-Дабан»).

Анализ радиотекстов программы «Большая страна. Следуй за нами!» позволяет сделать вывод о разнообразии языковых средств, реализующих коммуникативную стратегию приглашения в путешествие по Сибири.

Репрезентация объектов и достопримечательностей в радиотекстах строится на большом количестве культурной информации, которая содержится и в названии объекта, и в его историческом прошлом, и в современном состоянии.

2.1.3 Коммуникативная стратегия побуждения к познавательной деятельности (на материале программы «Про Сибирь»)

Тематически сообщения освещают различные факты из истории и культуры Сибири, рассказывают об известных людях прошлых веков и о современниках, о географических и климатических условиях, разнообразии сибирской флоры и фауны.

Побуждение адресата к познавательной деятельности выражается в слогане к программе: *Изучай* историю и географию Сибири вместе с «Радио Сибирь».

Вопросы и ответы, освещающие культурно-историческое развитие регионов Сибири, связаны с различными фактами. Тематически они представлены следующими группами.

- 1) Своеобразие географического положения регионов. Где в Сибири располагается роща дикорастущих абрикосов? Где находится первый музеефицированный памятник наскального искусства в Сибири? Где находится самая высокая точка Транссибирской магистрали?
- 2) Исторические события. Когда в Сибири появился первый университет? Как назывался город Кемерово до 1932 года? Когда был основан старейший и ныне действующий православный монастырь Сибири? Когда была создана Сибирская губерния?
- 3) Уникальный растительный и животный мир. Где находится единственная естественная дубовая роща в Сибири? Какие животные, обитающие в Алтайском заповеднике, занесены в Международную Красную книгу?
- 4) Связь с известными деятелями науки и культуры. В каком сибирском городе родился и вырос химик Менделеев? С каким сибирским городом связана судьба Фёдора Достоевского? Какой город Сибири родина знаменитого телевизионного доктора Елены Малышевой? В каком сибирском городе проходил службу певец Александр Буйнов?
- 5) Связь с произведениями искусства, литературы и кино. Как автор сказки «Волшебник Изумрудного города» связан с Томском? Посещал ли Робинзон Крузо Сибирь? Какую железную дорогу описывают Ильф и Петров в романе «Золотой

телёнок»? В каком сибирском городе родился автор музыки к фильму «Курьер»? Какое музыкальное произведение является гимном Улан-Удэ? Действие какого известного фильма происходит на Чуйском тракте? Когда был снят первый сибирский художественный фильм? Как связан герой фильма «Авиатор» с Омском и Якутском? В каком городе Сибири Алексей Балабанов снимал фильм «Война»?

Генеральная КС побуждения к познавательной деятельности реализуется в данной программе следующими коммуникативными тактиками, которые репрезентируются различными языковыми единицами со значением положительной оценки.

- 1) КТ выявления уникальности различных объектов, расположенных на территории Сибири:
- природные и культурные объекты: *Уникальный* для России парк топиарного искусства «Сады» находится в Абакане; Кузедеевская липовая роща, или Липовый остров, находится в Новокузнецком районе Кемеровской области. Это единственная в Сибири формация широколиственного леса; Кинзелюкский водопад настоящее сокровище Красноярского края. Он считается самым высоким водопадом России; Первый и единственный памятник авторской Песни в России находится в городе Юрга Кемеровской области; Тобольский драматический театр имени Ершова является старейшим театром Сибири; Государственная публичная научно-техническая библиотека в Новосибирске является одной из крупнейших **в мире**; один из **самых необычных** памятников Томска – памятник болельщику; **Музей-усадьба Колокольниковых** в Тюмени является единственной в городе полностью сохранившейся купеческой усадьбой XIX века; Самым древним музыкальным инструментом в мире, который обнаружили археологи при раскопках в Хакасии, неподалеку от деревушки Малая Сыя, является свирель; Единственный в мире вокзал из мрамора находится в городе Слюдянка Иркутской области. Сооружён в 1904 году как памятник, венчающий грандиозный труд строителей. Сохранился до настоящего времени практически в первозданном виде;
- отдельные регионы и города Сибири: Красноярский край считается одним из основных золотодобывающих районов нашей страны; Новосибирск стал самым юным их всех миллионных городов мира в 1962 году; Городом

с **самым большим** перепадом температур считается Верхоянск в Якутии. Здесь отмечался перепад температур в 105 градусов по Цельсию: от — 68 в зимний период до +37 летом; По версии **Книги рекордов Гиннесса**, **самой умной** улицей мира является проспект академика Лаврентьева в новосибирском Академгородке.

2) **КТ передачи неповторимости растительного и животного мира.** Тувинский бобр, животное, включенное в **Красную книгу РФ**, обитает **исключительно** на территории Тувы; В Михайловском районе Алтайского края есть озеро, которое из-за своего цвета называется Малиновым. Водоём приобретает яркий цвет благодаря множеству проживающих в нём планктоновых рачков, **особенно красочным** оно становится весной, когда тает лёд.

Немаловажной составляющей медиаобраза Сибири являются сибиряки. Люди, проживающие в Сибири становятся известными благодаря своим умениям: Житель Красноярска Николай Каклимов подтянулся 4989 раз за 12 часов, тем самым установив новый мировой рекорд; Размер самого маленького ёлочного шара в мире, сооружённого омским микроминиатюристом Анатолием Коненко, всего 1 миллиметр. Сибирь является родиной многих известных деятелей культуры, науки, исторических личностей, информация о которых также составляет значимую часть образа региона.

3) КТ сообщения имён известных деятелей культуры, науки, политики прошлых веков и современности. Создатель периодической системы химических элементов Дмитрий Иванович Менделеев родился в 1834 году в Тобольске. До 1850 года Менделеев жил и учился в этом сибирском городе; Первый в мире персональный компьютер был изобретён в 1968 году конструктором из Омска Арсением Гороховым. Сам изобретатель называл собранную им машину «интеллектор»; 30 мая 1934 года в селе Листвянка Кемеровской области родился космонавт Алексей Леонов. В 1965 году он совершил первый в истории космонавтики выход в открытый космос продолжительностью 12 минут 9 секунд; Советский писатель, режиссёр и актёр Василий Макарович Шукшин родился 25 июля 1929 года в Алтайском селе Сростки. В 2004 году на горе Пикет в Сростках был открыт памятник Шукшину; В селе Татьяновка Томской области в 1925 году родился Народный артист

СССР Иннокентий Михайлович Смоктуновский. Актёр прославился ролями Гамлета, князя Мышкина и Юрия Деточкина в фильме «Берегись автомобиля»; Врач, доктор медицинских наук, профессор, телеведущая Елена Малышева родилась и выросла в Кемерово. В 1983 году она окончила Кемеровский медицинский институт с красным дипломом.

Среди выделенных языковых единиц с положительной оценкой частотностью в употреблении отличаются прилагательные *единственный*, *необычный*, *особенный*, *уникальный* (в 70 сообщениях из проанализированных 469) [Сабаева, 2018а].

Прагматически нагруженными являются имена прилагательные в форме превосходной степени. Они характеризуют Сибирь как территорию, на которой расположены уникальные природные объекты (реки, озёра, горы) России и мира, где живут люди, создающие удивительные творения, которые нередко заносятся в Книгу рекордов Гиннеса.

В некоторых сообщениях проводится параллель «место в России» — «место в мире», что усиливает всемирную значимость описываемого объекта, вписывает его в мировой контекст: *Крупнейшее в России и шестое по размеру в мире* Самотлорское нефтяное месторождение расположено вблизи Нижневартовска; Саяно-Шушенская гидроэлектростанция на Енисее — крупнейшая по установленной мощности электростанция в России и тринадцатая в мире.

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. Географический центр России находится в Красноярском крае — им является расположенное в Эвенкии озеро Виви; Какой мировой рекорд был установлен в городе Маринск Кемеровской области; Единственный в России сельский зоопарк находится в городе Большеречье Омской области; Единственный в России памятник светофору находится в Новосибирске; Первая телевизионная станция Сибири построена в Томске; Самое большое село в Сибири и даже в России

находится в **Республике Алтай**. Это село **Майма**. Его население составляет более 17000 человек, что сравнимо с небольшим городом.

Наименования рек, озёр, гор, равнин и других природных объектов. Высота Тальникового водопада, который расположен на плато Путорана в Красноярском крае — более 600 метров. Тальниковый водопад является самым высоким водопадом в России; Крупнейшие реки Сибири — Енисей, Обь, Лена — относятся к бассейну Северного Ледовитого океана. Лена и Енисей входят в десятку самых крупных рек мира, как по протяженности, так и по полноводности; Высшей точкой Республики Тува и всей Восточной Сибири является гора Монгун-Тайга. Её высота — 3976 метров. Гора привлекает альпинистов и горных туристов; Наиболее обжитой и освоенной частью Сибири является Западно-Сибирская равнина. В её пределах располагаются и Тюменская, Курганская, Омская, Новосибирская и Томская области, часть Алтайского края. Площадь Западно-Сибирской равнины почти три миллиона квадратных километров.

Упоминающиеся в радиотекстах наименования районов, краёв, городов, деревень, рек и озёр Сибири локализуют звучащие факты, выстраивая при этом общую картину сибирских просторов.

Побуждение к познавательной деятельности осуществляется также посредством вопросов, связанных с мотивировочным признаком в наименовании тех или иных топонимов [Сабаева 20176]:

Какой город Сибири, получил своё название от завода? Название города Абаза в Хакассии 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.

Топонимы играют большую роль в создании своеобразной «визуализированной» карты Сибирского региона, акцентируют внимание слушателя на определённом географическом объекте, заставляя его мысленно рисовать эту карту и искать на ней данный объект. Топонимы служат для визуализации звучащих фактов. Какой известный советский актер родился в Томской области? Действие какого известного фильма происходит на Чуйском тракте?

Одним из часто употребляемых средств образной лексики является перифраз. Содержащийся в вопросе перифраз акцентирует внимание слушателя, заинтересовывает его: Какой город получил неофициальное название «Сибирские Афины»? Почему Омск называли столицей верблюдов? Какой город Сибири неофициально называют «Город, рождённый победой»?

Такие вопросы звучат как загадки, ответы на которые слушатель радиостанции обязательно захочет услышать: Омск считался столицей верблюдов. Верблюдов держали не только для передвижения, но и потому как шерсть, кожа и молоко этих животных было высокого качества; После открытия в Томске первого в Сибири университета появилось широко распространённое неофициальное название города — «Сибирские Афины»; История Ангарска началась летом 1945 года, когда в город завезли оборудование из Германии. Ангарск неофициально называют «Город, рождённый победой».

К языковым средствам, репрезентирующим культуроформирующую ценность создаваемого медиаобраза, относятся наименования известных российских и зарубежных фильмов, мультфильмов, книг и их авторов. 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.

- Василий Шукшин, уроженец Алтайского села Сростки, в 1964 году снял фильм «Живёт такой парень», действие которого разворачивается на Чуйском тракте.
- Говард Хьюз, роль которого в фильме «**Авиатор**» исполнил Леонардо Ди Каприо, был одним из пионеров авиации. Во время кругосветного перелёта, который Хьюз совершил в 1938 году, его самолёт Lockhead 14 приземлялся для дозаправки в сибирских городах Омске и Якутске.
- Трубадур и его друзья из знаменитого мультфильма «**Бременские музыканты**» поселились в Красноярске в 2007 году. Именно тогда в сквере вокзала ДК 01 мая была установлена скульптурная композиция, изображающая бременских музыкантов.

- Памятник счастью, или памятник «Щас спою...», находится в Томске на улице Шевченко. Бронзовый памятник волку из мультфильма «Жил-был пёс» был открыт 05 октября 2004 года.
- Произведение **Достоевского** «Записки из Мёртвого дома» создано писателем под впечатлением от заключения в Омском остроге.
- Александр Волков, автор сказки «Волшебник Изумрудного города», некоторое время жил и учился в Томске. Говорят, что именно в честь Томска, который поразил его своей зеленью и зелёными постройками, писатель назвал Изумрудным город в своей книге.
- Продолжение первой книги **Даниэля Дэфо** о Робинзоне Крузо называется «**Дальнейшие приключения Робинзона Крузо**». В книге содержатся описания Сибири и упоминаются такие города, как Тюмень, Енисейск, Нерчинск и Тобольск где по сюжету Робинзон 8 месяцев пережидал зиму.

Единицы синтаксического уровня, репрезентирующие те или иные стороны Сибири, разнообразны.

Вопросительные предложения с местоимениями (кто? что? где? в каком?) или с частицей ли. Когда появились первые сибиряки? Где находится самая высокая гора Сибири? Можно ли пройти по границе Урала и Сибири? Существует ли в Сибири Малиновое озеро?

Сравнительные конструкции. В Сибири растёт примерно 25 % мировых лесов, которые охватывают площадь больше, чем континентальная часть США, что делает Россию самым мощным в мире переработчиком углекислого газа в ценнейший кислород; Население села Майма составляет 17 тысяч человек, что сравнимо с небольшим городом; Степень минерализации воды озера Тус в Ширинском районе Хакассии чуть меньше, чем степень минерализации Мёртвого моря в Израиле.

Сравнения усиливают сухие факты, добавляя наглядность, тем самым пробуждая интерес у слушателей (25% мировых лесов — больше, чем континентальная часть США; село с населением в 17 тысяч человек — это небольшой город; степень минерализации в озере Тус и в Мёртвом море).

Сравнение площадей территорий, городов и различных объектов Сибири с мировыми объектами осуществляется при помощи количественных данных:

- Площадь Сибири **9 миллионов 734 тысячи квадратных километров**, что составляет **9** % земной суши.
- Мощность взрыва так называемого Тунгусского метеорита оценивается в **40-50 мегатонн**, что соответствует энергии самой мощной из взорванных водородных бомб.
- В самом глубоком озере планеты Байкале **23 тысячи кубических километра** воды. Все крупнейшие реки мира Волга, Дон, Днепр, Енисей, Урал, Амазонка, Темза, Сена и Одер должны течь почти год, чтобы заполнить бассейн, равный по объёму озеру Байкал.

Словосочетания, построенные по модели прилагательное единственный (ая, ое) + (где?): единственный в Сибири...; единственный в России..., единственный в мире...

Единственная в Сибири естественная дубовая роща находится в Забайкалье в устье реки Будюмкан; Единственный в России сельский зоопарк находится в городе Большеречье Омской области; Единственный в России памятник светофору находится в Новосибирске; Единственный в России музей угля находится в Кемерове. Музей основан в 1999 году. Среди экспонатов не только уникальные коллекции угля, но и технологии добычи история разработок Кузнецкого бассейна;

- Школа № 110 города Барнаула **единственное в России** среднее общеобразовательное учреждение, которое имеет собственный парусный клуб;
- Единственный в мире музей мамонта находится в Якутске; Единственный в мире памятник лабораторной мыши установлен в новосибирском Академгородке;
- Первый и **единственный в мире** крылатый танк был изготовлен в Тюмени в 1942 году.

Для описания особенностей объекта активно используются причастные обороты: единственный в России вокзал, сделанный из мрамора, находится в

Иркутской области; крупнейшая река, впадающая в озеро Байкал; Баргузинский заповедник, расположенный на прибрежной зоне Байкала, стал одним из первых организованных заповедников в России.

Единицы синтаксического уровня расширяют и оформляют единый общий образ региона. Отмеченные синтаксические конструкции дополняют те или иные характеристики объектов Сибири и сибиряков, «визуализируя» её как уникальную территорию и создавая при этом единый связанный сибирский текст.

Выделенные языковые средства демонстрируют 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.

Выделенные в монологических радиотекстах коммуникативные стратегии и репрезентирующие их коммуникативные тактики и ходы позволили продемонстрировать их разнообразие и прагматические возможности в реализации генеральной стратегии формирования медиаобраза Сибири.

2.2 Коммуникативная стратегия вовлечения гостя в формирование медиаобраза Сибири в диалогических просветительских радиотекстах

Диалогичность как один из главных принципов и признаков радиодискурса рассматривается в работах Т. Е. Арсеньевой; В. А. Егошкиной; Л. И. Ермоленкиной; Н. Г. Нестеровой, С. В. Фащановой; Ч. Цзюй.

Отобранные для исследования диалогические программы («Йети-шоу», «Гость студии», «Бутерброд», «Сибирское утро»²⁵) представляют собой беседы ведущих с гостями студии. При анализе медиаобраза Сибири в диалогических радитекстах акцент был 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.

 $^{^{25}}$ «Сибирское утро» [Электронный ресурс] // Радио Сибирь : офиц. сайт / Радио Сибирь. Томск. – Электрон. дан. – Томск, 2019. – URL: https://radiosibir.ru/gosti (дата обращения: 27.03.2018).

Гостями студии «Радио Сибирь» становятся известные и неизвестные широкой аудитории участники, а также иностранные гости сибирских городов. При построении диалога между коммуникантами выстраиваются доверительные отношения. Рассмотрим основные коммуникативные тактики, применяемые ведущим для формирования медиаобраза Сибири.

Выявленные в ходе анализа коммуникативные тактики представлены в виде



- 1. КТ презентации гостя
- 1. КТ презентации гостя
- 1. КТ презентации гостя

- 2. КТ выяснения впечатления гостя о городе
- 2. КТ выяснения особенностей 2. КТ выяснения причины культурного события
 - приезда в Россию

- 3. КТ выяснения особенностей 3. города, его непохожести на другие города Сибири
- выяснения КТ истоков увлечения
- 3. КТ выяснения мнения иностранного гостя о жизни в России

4. КТ выяснения впечатления гостя (музыканта) от прошедших концертов и слушателей

4. КТ сравнения поклонников (болельщиков) на родине и в России

5. КТ оценивания профессиональной деятельности гостей

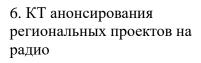




Рисунок 9 – Коммуникативная стратегия формирования медиаобраза Сибири в диалогических радиотекстах

Проиллюстрируем выделенные тактики.

- 1) **КТ презентации гостя.** Например, разговор с музыкантами начинается с представления ведущим названия группы и её музыкального направления и сопровождается взаимным приветствием гостей и слушателей эфира.
- ВЕДУЩИЙ: Ну что, друзья, как я вам говорила и обещала, группа «Вrainstorm», которые приехали к нам в Томск. У нас в гостях здесь, на «Радио Сибирь», солист группы «Вrainstorm» Ренарс Кауперс. Ренарс, добрый день! ГОСТЬ: Добрый день, всем! ВЕДУЩИЙ: Как рады мы вас видеть у нас в Томске! ГОСТЬ: Взаимно, спасибо огромное! В Сибири так тепло принимают. Так холодно, но так тепло принимают. Это здорово! («Радио Сибирь. Томск» 20.11.2015).
- ВЕДУЩИЙ: «Вот зачем ты пришёл?» поёт Rihanna, ну сегодня будем выяснять у нашего гостя, зачем он пришёл к нам в студию, и будем рассказывать о всех красотах Омска, обо всём вообще происходящем здесь, для того, чтобы Михаил Борисович Турецкий, народный артист России, основатель и руководитель Хора Турецкого, остался в нашем городе как можно дольше. Здравствуйте, Михаил Борисович! ГОСТЬ: Здравствуйте! Спасибо, что пригласили. У вас тут уютный офис, очень приятно сидеть. У вас классно здесь («Радио Сибирь. Омск» 05.08.2016).
- ВЕДУЩИЙ: Здесь, на волне «Радио Сибирь» я, Марина Максимова, и событие года! Как мне сказали сейчас, Томск уже давно ждёт группу «Вопли Видоплясова». И у нас в гостях сегодня украинский музыкант и общественный деятель, актер, вокалист, автор песен, лидер группы «Вопли Видоплясова» Олег Скрипка! Здравствуйте! ГОСТЬ: Здравствуйте, Марина, здравствуйте, томчане! Томчане правильно? («Радио Сибирь. Томск» 19.11.2014).
- ВЕДУЩИЙ: Итак, это «Радио Сибирь». Обещала вам сегодня интересных гостей в эфире, и вот вам, пожалуйста Диана Арбенина, группа «Ночные снайперы», здравствуйте, Диана! ГОСТЬ: Добрый день! ВЕДУЩИЙ: Добро пожаловать в Томск! Из Кемерово, я так, понимаю, вы к нам приехали в данный момент? («Радио Сибирь. Томск» 21.04.2015).

• ВЕДУЩИЙ: Добрый день всем ещё раз! Непривычно говорить фразу «Добрый день», но сегодня он действительно добрый. У нас в гостях долгожданные люди с Урала, которые играют рок — группа «Смысловые галлюцинации», солист Сергей Бобунец. ГОСТЬ: Привет, друзья! Рад, очень рад вас видеть вообще, ну и ваш новый красивый офис меня тоже сильно порадовал («Радио Сибирь. Омск» 25.05.2015).

Установка на позитивный контакт выражается использованием синекдохи Томск ждёт и подчёркиванием значимости предстоящей встречи музыканта с его поклонниками — событие года, долгожданные люди. Из приветствия некоторых гостей следует, что они не первый раз в студии «Радио Сибирь». Оценочная лексика в их речи (уютный, красивый, классно, сильно порадовал, очень приятно) свидетельствует о нескольких визитах в Томск.

Презентация гостя может состоять не только из указания на профессию и род деятельности, но и включать характеристику его личных качеств, оценку деятельности, что демонстрирует дружеские отношения между гостем и ведущим.

- ВЕДУЩИЙ: Вы слушаете «Сибирское утро» на «Радио Сибирь». Гость актёр. (обращаясь к гостю) Вова, если вдруг мы будем что-то путать или говорить неправильно, прямо останавливай, смело корректируй, как это необходимо. Актёр, автор и исполнитель собственных треков, композиций, также безумно талантливый человек, харизматичный... ГОСТЬ: (перебивает): и тут вот началось всё остальное, да? (смех) ВЕДУЩИЙ: ... уже не по списку пошло, да. У нас в студии Владимир Селиванов. Добро пожаловать! («Радио Сибирь. Томск» 13.03.2019).
- ВЕДУЩИЙ: Сегодня мы очень рады приветствовать людей, к нам пришедших в гости. Во-первых, потому что их много, во-вторых, потому что это люди, связанные с Российским географическим обществом, а людей оттуда мы обожаем в принципе всегда. Ну и без долгих отлагательств поприветствуем наших гостей, путешественников, режиссёров, операторов-документалистов, у нас сегодня в гостях руководитель проекта «Диалог с миром», в котором были проведены экспедиции в самые удалённые уголки земного шара, повторяющие

маршруты легендарных путешественников, **Леонид Круглов**. Леонид, здравствуйте! ГОСТЬ: Доброе утро! Приветствую! ВЕДУЩИЙ: И практически **бессменный оператор**, который уже 11 лет совместно с ним занимается съёмками самых разнообразных фильмов **Владимир Филиппов** («Радио Сибирь. Омск» 24.01.2017).

Эмоциональное состояние ведущего во время встречи с долгожданным гостем передаётся разнообразными синтаксическими средствами: однородными членами предложения – эпитетами, обращениями, однородным придаточными:

- ВЕДУЩИЙ (Иван Притуляк): Дамы и господа, леди и джентльмены, товарищи, господа, соратники, мадам, месье и прочие люди!!! Народ, сибиряки, слушайте внимательно, и не говорите, что вы не слышали. С вами утренние «Йети-шоу», Алексей Царёв, Иван Притуляк и Надежда Ярославская. ВЕДУЩИЙ (Алексей Царёв): Ну, Иван обычно кричит только в одном случае, когда к нам приходят гости, особенно издалека, да, Ванечка? ВЕДУЩИЙ (Иван Притуляк): Ребята, из Канады прямиком к нам, в наш родной сибирский город замечательный, великолепнейший рок-музыкант Адам Вейт Гонтье («Радио Сибирь. Омск» 27.11.2017);
- ВЕДУЩИЙ: Всем, здравствуйте! Всех с понедельником! С началом новой рабочей недели! И у нас, действительно, сегодня гости. Повод следующий, буквально скоро уже совсем 28 марта в среду Томское объединение предпринимателей, фонд Алёны Петровой будет проводить благотворительный спектакль, называется «И смех, и слёзы, и любовь». У нас сегодня гости и участники, люди, которые непосредственно участвуют в этом спектакле, люди, которые в этом очень сильно заинтересованы. У нас в гостях директор фонда Алёна Петрова и Рогожкин Дмитрий Юрьевич, актёр спектакля («Радио Сибирь. Томск» 26.03.2018).

Коммуникативная тактика презентации гостя включает описательные конструкции, выраженные однородными членами предложения, которые характеризуют профессиональные и личные качества гостя: ВЕДУЩИЙ: Дорогие друзья! В настоящий момент включайте, открывайте трансляцию, потому

что у нас в гостях человек, которого мы ждали всю, наверное, неделю. У нас в гостях человек, который, без ложной скромности могу сказать, один из самых талантливых центральных нападающих Европы, и я очень надеюсь, что вот этот парень в ближайшее время поможет омскому «Авангарду» достичь результата. Юхан Сундстрём! («Радио Сибирь. Омск» 24.11.2017).

Личное восхищение ведущего передаётся интонацией, а также местоимениями *у нас, мы, я*. Усиливает эмоции, выполняет функцию интриги перед началом беседы синтаксический повтор: *у нас в гостях человек, который/которого*.

КТ презентации гостя играет важную роль в построении диалога между гостем и ведущим, между гостем и слушателями и впоследствии в формировании у гостя образа жителей сибирских городов. От того, насколько успешно реализуется данная тактика, зависит весь последующий диалог.

Данная КТ обусловливает идею престижности радиостанции как площадки трансляции современной культуры, она подтверждает важность статуса Сибири, куда приезжают популярные музыканты, спортсмены и иностранные специалисты.

- 2) **КТ** выяснения впечатления гостя о городе. Дальнейшее после презентации общение строится на обсуждении впечатлений гостей о Сибири, о городе. Это может быть первое впечатление гостя, если он впервые в Сибири, или обсуждение изменений, произошедших в городе с момента его последнего посещения.
- ВЕДУЩИЙ: Вот сегодня вы спустились с трапа, посмотрели на город, и для меня всегда был важен вопрос: есть контакт или нет контакта с городом на эмоциональном уровне? ГОСТЬ: Есть контакт, неожиданный. Я себе как-то рисовал образ города. Тем более, мы уже проехали два города Омск и Новосибирск. Я не с трапа самолета сошел, а из машины вышел. Я представлял Томск приблизительно как Новосибирск, но меньше. Оказалось совершенно другое. Мне он даже напомнил Украину, наши старые города, потому что есть старая архитектура. Я абсолютно не люблю модерн в архитектуре, в дизайне, в одежде и тому подобное. Люблю классику, старинную красоту, барокко. И у вас вот есть остатки барокко, что в России

очень редко встречается. У нас на Украине деревянной архитектуры очень мало, потому что дерева было мало, и строили, в основном, из камня. Есть в Киеве пара домов деревянных неплохих («Радио Сибирь. Томск» 19.11.2014).

Положительные впечатления о Томске конкретизируются в речи гостя следующими словосочетаниями: неожиданный контакт; совершено другое; напомнил Украину и наши старые города; старинная красота, что в России очень редко встречается. Он сравнивает Томск с самым дорогим — с родиной. Усиление эмоций при сравнении Томска с другими городами России, где группа уже побывала, происходит посредством наречий, частиц — совершенно, даже, тем более, абсолютно, очень.

Ведущий регулирует диалог «наводящим» вопросом.

- ВЕДУЩИЙ: Не в первый раз тур группы «Смысловые галлюцинации» начинается с нашего города, с Омска. Есть ли тому причины, кроме географических? Может быть, заряжает в городе как-то вас, так, что на весь тур хватает? ГОСТЬ: Что особенного? Да потому что мы приезжаем здесь друзья. То есть сначала, чтобы все закрепить. Дальше уже всяко может пойти, знаете. ВЕДУЩИЙ: Главное первые положительные эмоции («Радио Сибирь. Омск» 25.05.2015).
- ВЕДУЩИЙ: Как вам у нас? **Нравится?** ГОСТЬ: У вас очень замечательно, люди очень приветливые. Все рады, что мы приехали, чувствуется по настроению людей («Радио Сибирь. Томск» 10.07.2015).
- ВЕДУЩИЙ: Город Томск за 4 года поменялся? 4 года немалый срок. ГОСТЬ: Город Томск вызвал у меня тёплые чувства и тогда, и сейчас. Это не потому что я у вас в гостях сижу. Я человек достаточно откровенный, и, если какие-то вещи мне не нравятся я так головой помотаю просто, и хлебну кофе («Радио Сибирь. Томск» 14.03.2019).

Оценка гостями городов сопровождается отсылкой к своему многолетнему опыту гастрольных туров.

• ГОСТЬ: Мне нравится, что, во-первых, города я уже знаю, потому что не первый год «плаваю», что называется. 21 год группе, и я знаю прекрасно,

например, менталитет людей, которые находятся на Урале, в Сибири, и вот мне это очень близко и очень интересно это ещё раз проверять, поэтому к сегодняшнему концерту я подойду максимально озорно. У вас же молодой город. ВЕДУЩИЙ: Ну да, да, студенческий («Радио Сибирь. Томск» 21.04.2015).

В обсуждении впечатлений о городе собеседники касаются и отрицательных сторон.

- ВЕДУЩИЙ: Роман, как вам наши дороги? ГОСТЬ: Дороги, да, это жуть, конечно! Я был в шоке. Я лёг спать, постаравшись забыть всё это (раздаётся смех ведущих). Это кошмар! Утро было очень, очень бодрое. ВЕДУЩИЙ: Роман, скажите, а это потрясение на омских дорогах может послужить вдохновением для написания новой песни? ГОСТЬ: Нет, ни в коем случае. Это анти-вдохновение, полный дестрой. Так нельзя. Я если честно, не видел в Омске такого, может мы зимой приезжали, в какое-то другое время года. Я тоже не видел. Я был очень удивлён («Радио Сибирь. Томск» 16.02.2014).
- ВЕДУЩИЙ: У вас ещё есть время покататься по городу. У нас такие же кочки, как и там. Ещё круче кочки (смеётся). ГОСТЬ: Мы уже проехались по омским дорогам, я это понял. Это во многих городах России есть такой нюанс. ВЕДУЩИЙ: (перебивает) такая песня дорог у нас. Она звучит причём из каждого автомобиля, и чаще всего она нецензурная («Радио Сибирь. Омск» 25.05.2015).
- ГОСТЬ: В будущем, конечно, хочется, чтобы экономика в крае развивалась и люди не старались убежать отсюда, а старались, наоборот, приехать сюда, потому что потрясающая природа, но крайне тяжелые условия для выживания уже сейчас, а не для жизни («Радио Сибирь. Чита» 31.05.2018).

Отрицательные впечатления о сибирских городах чаще всего связаны с проблемой дорог, с низким уровнем экономического развития региона. Обилие экспрессивных единиц оценочного характера в речи гостей усиливают остроту обсуждаемой проблемы.

Обычно ведущие стараются сгладить отрицательные впечатления шутками и добрым смехом.

• ВЕДУЩИЙ: А что случилось? Где Коля? ГОСТЬ: Исчез. Был на завтраке, мы его ждали внизу у машины. Трубку не берёт, на СМС не отвечает. Коля, если ты нас видишь, слышишь... ВЕДУЩИЙ: Приходи, мы тебя ждём! Мне кажется, Николай попал под то понятие, которое известно у нас «Как не покинуть Омск». То есть Омск сейчас его в себя поглотил целиком. А может быть он поехал на метро? ГОСТЬ: А у вас есть метро? ВЕДУЩИЙ: Может быть появится (смеётся). Старая байка, старая... («Радио Сибирь. Омск» 20.05.2015).

Темами обсуждения с гостями становятся погода, природа Сибири, а также сувениры, которые можно купить на память о городе:

- ВЕДУЩИЙ: У нас еще вопрос есть: «Олег, какие подарки планируете увезти в память о Томске»? ГОСТЬ: Сегодня мы ехали, я видел, что кедровые шишки продавали, а то все были березки по пути, а тут кедры. Наконец-то началась настоящая Сибирь! Вот мы уже купили кедровые шишки («Радио Сибирь. Томск» 19.11.2014).
- ГОСТЬ: А я слышал, что Омск занимает первое место по количеству солнечных дней. ВЕДУЩИЙ: Уже первое, да. Ещё недавно было третье, но третье тоже неплохо. ГОСТЬ: То есть у вас уже целый чемпионат, да? ВЕДУЩИЙ: Среди омичей он занимает первое место. ГОСТЬ: Солнечный народ здесь живёт. ВЕДУЩИЙ: У нас обязательный атрибут солнцезащитные очки и зимой, и летом. ГОСТЬ: Да? То есть настолько ярко солнышко светит? И зимой? ВЕДУЩИЙ: А зимой снега много. Всё отсвечивает и приходится себя защищать. ГОСТЬ: Ммм... как у вас всё интересно («Радио Сибирь. Омск» 25.05.2015).

Вопрос о подарках позволяет выяснить у музыкантов стереотипы о Сибири, ассоциации, вызываемые городом. Пространство Сибири у каждого из гостей наполнено своими составляющими: *кедры, кедровые шишки, солнечные дни*.

3) КТ выяснения особенностей города, его непохожести на другие города Сибири.

Все музыканты, приезжающие в сибирские города, говорят, что у них мало времени на осмотр достопримечательностей, так как в гастрольных турах обычно

до 10 городов, на один город приходится примерно 2 дня, поэтому особенностей города они назвать не могут. Успешная реализация данной тактики обнаруживается в беседе с гостями, пребывающими в городах больше 3 дней, так как у них есть возможность изучить город, посетить исторические места, музеи, сравнить этот город с другими городами Сибири. Например, в беседе с членом жюри «Студенческой весны-2019» в Томске Львом Шапиро отмечаются следующие черты Томска:

• ГОСТЬ: Хороший город, симпатичный, атмосфера, благодаря, видимо вот этому студенческому наполнению такому, знаете, как через край он, 100 тысяч, 110 тысяч, не знаю я посчитал примерно, да, юных ребят повсюду. Они просто наполняют энергией своей, знаешь уникальная штука, таких аналогов в Сибири-то точно нет, поэтому круто, и всё чувствуется, не знаю, визуально, но атмосферно чувствуется. А город Томск, наверное, лучше визуально воспринимать чуть попозже, в мае, да, когда всё расцветает? Но мне и сейчас всё нравится («Радио Сибирь. Томск» 14.03.2019).

Эту же особенность Томска отмечает ещё один музыкант и член жюри «Студенческой весны-2019» Владимир Селиванов:

• ВЕДУЩИЙ: Давайте пригласим всех на «Студвесну». Это чрезвычайно интересное событие в жизни студентов, а у нас студенческий город. Томск дышит студентами, поэтому... ГОСТЬ: ещё один из факторов, почему я согласился ехать на студенческую весну в Томск, потому что я знал, что Томск — это такая, знаешь, столица студенчества в общем российского. Это, наверное, как раз всё светится вот этим духом студенчества. Молодёжь даёт очень много сил («Радио Сибирь. Томск» 13.03.2019).

Для сближения с гостем ведущие могут сослаться на дружеские отношения с коллегами из родного города гостя, что указывает на единое информационное пространство в регионах Сибири:

• ВЕДУЩИЙ: Вы сам сибиряк, из города Барнаул. Для нас это не чужой город, мы очень дружны. Вы достаточно часто приезжаете в Томск и с творческой деятельностью.

- 4) **КТ выяснения впечатления гостя от прошедших концертов.** Б*о*льшую часть гостей студии составляют музыканты, поэтому для них общение со слушателями происходит на концертах. Образ сибирских городов выстраивается за счёт обращения к их впечатлениям от концертов.
- ВЕДУЩИЙ: Расскажите, как вас встречали? ГОСТЬ: Ой, встречали замечательно. Нам очень понравился особенно Барнаул. Потрясающий концертный зал, вообще работа всего персонала. Спасибо, им огромное за концерты. Если они слышат, то просто потрясающий был концерт, тёплая, искренняя, как мне показалось, публика, только хорошие впечатления («Радио Сибирь. Томск» 06.11.2015).
- ГОСТЬ: В Сибири так тепло принимают! Вот вчера в Красноярске тоже просто стоишь и радуешься. Просто играешь на гитаре, а люди, люди, вот тот же самый «Ветер» поют с первой и до последней строчки. Посмотрим, что будет сегодня вечером («Радио Сибирь. Томск» 20.11.2015).

В беседе с ведущими гости сравнивают современного зрителя со слушателем «из прошлого»:

• ВЕДУЩИЙ: Поговорим о концерте. У вас сейчас тур, впереди были два города — Новосибирск и Омск. Как там прошли концерты? ГОСТЬ: Очень хорошо. В этих городах мы были. В Омске — десять лет назад, в Новосибирске — семь лет назад. Я признаюсь, когда мы в Сибирь заезжали, это был закат рок-н-ролла. Площадки те же самые были, как на которых мы сейчас выступаем, но была рок-н-ролльная публика. А сейчас есть фанаты, а есть часть людей, которая нас связывает с каким-то прошлым, они женились там под нашу музыку, довольно взрослая публика, я раньше такую не встречал. И нам это непривычно («Радио Сибирь. Томск» 19.11.2014).

Сравнение показывает, насколько разным стало восприятие рок-культуры людьми разных поколений.

• ГОСТЬ: Взрослые дядьки-тётьки, они пляшут, а молодежь – внимательно слушает песни, очень редко, что молодежь отрывается на концертах. Важным фактором для оценивания восприятия зрителя, как отмечает

гость радиостудии, является масштаб мероприятия – концерт в маленьком городе (ощущение, что исчезает рок-культура, она уходит в прошлое) или рокфестиваль (там драйв).

В продолжение развития данной темы музыкант Олег Скрипка отвечает на вопрос о самом запомнившемся концерте: У нас тысячи были выступлений. Как правило, вспоминается последнее выступление. Позавчера вот в Омске мы играем-играем, отыграли программу, но ощущение такое, что рок мёртв. И мы играем то, что люди слышат по радио. Потом мужик такой выбегает, вырывает у меня микрофон и кричит: «Я с женой поругался, ее зовут Оля, сыграйте песню «Оля»». Я играю эту песню и вижу результат после концерта — они помирились. Они сидели вместе, она прониклась, потом мы сфотографировались вместе. То есть, конкретное применение своего творчества увидел, на душе хорошо и отрадно.

Для музыканта важным результатом концерта становится возможность живой коммуникации со своими слушателями, возможность услышать и исполнить их желания, иногда помочь советом или даже конкретным действием.

5) КТ анонсирования региональных проектов на радио.

Одним из актуальных проектов на радиостанции «Радио Сибирь» является проект «Молодая музыка Сибири» (ММС), цель которого заключается в продвижении региональной музыки и в поиске молодых талантливых музыкантов. Данный проект становится темой для обсуждения с гостями-музыкантами:

• ВЕДУЩИЙ: У нас на «Радио Сибирь» запускается проект. Он называется «Молодая музыка Сибири». Там мы ищем, отсматриваем, отслушиваем, мониторим абсолютно всю территорию Западной Сибири в поисках молодых талантов, людей, которые пишут треки, записывают их здесь же, и пытаемся им каким-то образом помочь, как-то засветиться в эфире, где-то на телевидении, где-то на радио. Какое напутствие ты можешь пожелать этим ребятам, которые сейчас готовятся к этому проекту, пишут свои песни, что-то пытаются сделать в этом направлении? ГОСТЬ: Быть искренним. Искренность — это самое главное, её нельзя никак оценить, это ни хорошо, и ни

плохо, это как данность, и это прекрасно. То есть **старайтесь честно** говорить о себе, **не стесняясь ничего**, и это будет очень честно, и это люди оценят («Радио Сибирь. Омск» 12.04.2016).

- 6) КТ оценивания профессиональной деятельности гостей.
- ВЕДУЩИЙ: Известные личности, спортсмены, музыканты, а какие виды-то прекрасные! Слушайте, ну и снято очень хорошо! Очень прилично! ГОСТЬ: Пафосно и чтоб картинка была такая, радующая глаз, с полями, покрытыми рожью и ячменём, всё как положено. ВЕДУЩИЙ (Илья Голосуцкий): Разрешите подытожу. Очень вдохновляюще, такой прям, хочется, хочется съездить на Алтай, посмотреть. ГОСТЬ: Ребята, здесь рядом 500 километров. Сядем и поедем («Радио Сибирь. Томск» 14.03.2019).

Положительное отношение ведущих к творчеству музыканта передаётся посредством оценочной лексики (очень хорошо, очень прилично, очень вдохновляюще), повтором лексико-грамматических единиц (хочется, хочется съездить), восклицательных конструкций какие виды-то прекрасные!

Конкретный регион в высказываниях «увеличивается» до размеров всей территории Сибири и России:

• ВЕДУЩИЙ: Можно сказать, что это не только про Алтай, это вообще про страну нашу. Алтай — это житница России, её так называют. ГОСТЬ: Про Алтай, про Сибирь как минимум.

Из беседы с путешественниками Российского географического общества Леонидом Кругловым и Владимиром Филипповым создаётся образ Сибири как уникальной, очень разнообразной, необычной территории:

• ГОСТЬ: Какая-то совершенно удивительная страна у нас. Мы какие-то совершенно удивительные вещи открыли в Сибири и в арктических наших регионах. Я думал, ну, наверное, такая она у нас суровая, аскетичная, какая-то тундра, ещё что-то. Но не ожидал, что такие удивительные вещи у нас находятся, в нашей стране, мало кто о них знает. ВЕДУЩИЙ: Например, что? ГОСТЬ: Например, Индигирка. Сама по себе река удивительной красоты, очень трудная, сложная, с порогами. Мы сплавлялись с МЧСовцами, поэтому это

само по себе было приключение. И окрестности, горы, которые зажимают эту Индигирку в нескольких местах, это что-то потрясающее. Потом наш Север, дальше. То, что происходит на Севере, на Арктическом побережье, там, в той же Якутии или Чукотке. Это вообще какой-то другой мир: киты, моржи, всё это шкворчит, бурлит, бурчит, кишит («Радио Сибирь. Омск» 24.01.2017).

Образ бескрайних просторов Сибири одухотворяется, оживляется рассказом путешественников о посещении Кисиляхи – необычного места в Республике Якутия.

• ГОСТЬ: Мы были в одном месте, которое называется Кисиляхи Оймякона. Это такое культовое место с древних времён, куда не все соглашались ходить, это место, которое местные называют «Место застывших духов» или «Человекоподобные горы». Место, где живут духи и человекоподобные горы. И действительно, там оказываешься с одной стороны вроде бы как в центре бесконечной Китайской стены, с зубьями, с какими-то странными персонажами, торчащими со всех сторон, каменными, огромными. И это не маленький пятачок, это какая-то целая страна каменных изваяний, духов, каких-то странных персонажей. Там можно путешествовать, по-моему, бесконечно.

Образ Сибири одушевляется впечатлением путешественников от местных жителей, от их культуры.

• ГОСТЬ: У меня тоже был проводник. Человек, который открывал мне глаза на какие-то совершенно удивительные вещи. Местный проводник, тувинец. Когда я впервые наивно спрашивал, например, мы вот сейчас стоим на горе, вот лошади, там на горизонте видна следующая гора, куда мы должны дойти, и я у него спрашиваю: «Сколько нам идти?». Не говорит, не отвечает: «Всё говорит от погоды зависит». И потом после этого путешествия я понял, почему они такие суеверные, почему они никогда не говорят точных вот этих сроков, дат и т.д., потому что там настолько всё меняется, настолько всё зависит от погоды, от ситуации, от удачи в конце концов, от многих факторов. Там по-другому начинаешь мыслить. Кто-то из великих говорил, что в таких местах чувствуешь, что ещё живы древние боги, жизнь твоя зависит немножечко не от тебя, но немножечко от них.

Анализ бесед ведущего с известными музыкантами, побывавшими в гостях студии «Радио Сибирь» в Томске, Омске, Чите позволяет 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 из сферы культуры основаны на впечатлениях от концертов, откликах зрителей, эмоциональном единении с аудиторией.

Гостями студии становятся также люди, занимающихся развитием региона, города: предприниматели, продюсеры региональных фильмов, участники творческих коллективов. В беседах с ними образ Сибири формируется «изнутри». Люди, живущие и развивающие разные социальные сферы в регионах, способствуют формированию отдельных сторон образа Сибири через характерные особенности её городов. Коммуникативные тактики, применяемые ведущими, направлены на стремление познакомить слушателей с интересными людьми, сибиряками, которым не безразлична судьба региона.

- 7) **КТ выявления особенностей культурного события.** Культурным событием может стать выход фильма, городской праздник, мероприятие.
- ВЕДУЩИЙ: Сегодня мы будем говорить о фильме «Головар». Денис Гармаев является продюсером этого фильма. Давайте немного подробнее: как, что, откуда черпали вдохновение, идея создания фильма. Давайте по очереди. ГОСТЬ: Фильм стартовал в Бурятии 5 апреля, не только в Бурятии, но и в Тюмени, и в Иркутске. Чтобы качественно подготовить читинского зрителя мы решили сделать премьеру немного позже. Идея была Ю.Ботоева, он пришёл ко мне, и вот мы получили конечный продукт. Мощный актёрский состав. Участвовали актёры из Бурятии, из Иркутской области. Фильм снимался не только в Бурятии, он снимался ещё в других городах, но особенность фильма в

том, что он сибирский, региональный. Он снят чисто здесь, у нас. Я думаю, он будет очень интересен, понятен для зрителей в Чите («Радио Сибирь. Чита» 16.04.2018).

• ВЕДУЩИЙ: Что такое площадка «Я в ТГУ» давайте расскажем. Это большое-большое событие, которое будет проходить пятый год подряд. ГОСТЬ: Пятый раз мы пытаемся превратить из Университетской рощи не только некий уникальный, экологический, исторический центр нашего города. Делаем из неё площадку экспериментов, представление самых актуальных и современных научно-технологических и культурных достижений нашего университета. ВЕДУЩИЙ: Потому что ТГУ знает и любит весь город, и весь город туда приглашается, я правильно понимаю, да? ГОСТЬ: Абсолютно всех, бесплатно, открыто в Университетскую рощу. «Я в ТГУ» — это очень большой набор различных площадок и активностей, инсталляций, лекций и концертных программ, всё это с 26 по 31 июля с перерывом на выходные дни. Это вечерняя программа, после 6 часов вечера и 31 числа кульминация всех этих событий в один вечер, поздний вечер, под названием «Ночь абитуриента» («Радио Сибирь. Томск» 23.07.2018).

В процессе беседы с директором Центра культуры Томского государственного университета Игорем Муравьёвым выявляются таланты, обучающиеся в ТГУ:

• ГОСТЬ: Я хотел рассказать об одном очень необычном явлении, которое создал студент-магистрант нашего университета, он создал роман, страницами которого является забор Университетской рощи. ВЕДУЩИЙ: А забор-то длинный. ГОСТЬ: Забор длинный. 31 страница, площадью 2,5 на 1,5 каждая страничка. Роман повествует о жизни университетского человека, человека, который родился в Томске, и посвятил всю свою жизнь университету. И одна строчка в этом романе — это один день жизни этого человека, то есть одной строчкой он показывает жизнь человека. ВЕДУЩИЙ: Соответственно пока идёшь, и читаешь, вся его жизнь перед глазами проходит. ГОСТЬ: Вся, по сути, ваша жизнь в том числе, почувствуйте, как ваша жизнь вмещается в пять минут ходьбы по проспекту Ленина («Радио Сибирь. Томск» 23.07.2018).

8) КТ выяснения у гостя истоков увлечения.

• ВЕДУЩИЙ: Расскажите, Виктор, откуда у вас взялся интерес найти какие-то старинные рецепты, производить это, популяризировать их? ГОСТЬ: Много где сказано, что Россия будет прирастать Сибирью, и здесь в Сибири у нас кладезь, по сути, всяких разных старых рецептов. Это всё мудрость наших дедов, бабушек и наша задача — сохранить это всё и приумножить, популяризировать («Радио Сибирь. Томск» 21.11. 2014).

Усиление значимости локальной информации *здесь в Сибири* происходит за счёт повтора притяжательного местоимения наш - y нас, нашиx, наша.

Гостями студии являются также иностранные музыканты, спортсмены, работники из сферы культуры, приехавшие в сибирские города учиться, работать или принять участие в концертной программе. В диалоге с ведущим гости делятся своими впечатлениями о Сибири, России, о своей жизни и работе в стране.

9) КТ выяснения у иностранного гостя причины приезда в Россию.

- ВЕДУЩИЙ: Почему приехали в Россию? В Омск? Ведь климатические пояса очень разные. Почему именно Сибирь? ГОСТЬ-1 ²⁶: Было много предложений, куда приехать в Россию. Ему понравилось предложение из Омска, и это та причина, по которой он здесь. ГОСТЬ-2: У неё были совсем маленькие представления о России, о Сибири. На фото Омск ей понравился, но она выбрала Омск именно летом, потому что ей холодно быть в любое другое время года здесь («Радио Сибирь. Омск» 05.11.2014).
- ВЕДУЩИЙ: Юхан, почему **Омск**? ГОСТЬ: Мне просто **хотелось чего-то нового**, и поэтому, когда мне предложили вот поехать в Омск, я сразу согласился, не думая, потому что **здесь были ребята** ещё **из Швеции**, которые играли здесь, конечно, их уже нет, но была поддержка всё равно, и я, не раздумывая, принял его («Радио Сибирь. Омск» 24.11.2017).

Причины приезда иностранных гостей в Россию на длительный срок объясняются возможностью получить опыт работы в сибирском городе, заинтересованностью внешним видом города или наличием в городе знакомых людей, сограждан.

²⁶ В беседах с иностранными гостями студии речь стенографирована со слов переводчика.

- 10) КТ выяснения мнения иностранного гостя о жизни в России.
- ВЕДУЩИЙ: Как вы проводите время в Омске? ГОСТЬ: Ходят по магазинам, очень много сидят в каких-то кафе, и Бруно очень нравится город Омск, он очень красивый и хочется делать много фотографий в этом городе. То, что они пытаются сделать это попробовать всё и провести своё время с максимально возможной пользой и получить от этого максимально возможное удовольствие. ВЕДУЩИЙ: Что больше всего в Омске понравилось? ГОСТЬ: Омск очень красивый, приветливый город, люди очень дружелюбные. Я много времени провожу на тренировках, но могу съездить в нашу знаменитую Мегу, там выпить чашечку кофе или ещё что-нибудь («Радио Сибирь. Омск» 05.11.2014).

Впечатления от жизни в чужой стране зависят от трудностей, которые они испытывают здесь. Мнение гостей строится на сопоставлении жизни на родине и в России, родного языка и русского языка:

• ГОСТЬ-1: Самым сложным и трудным для них являются еда и язык. В России мы едим очень много овощей и картошки. И в Бразилии мы никогда не пьём столько чая, как здесь. ГОСТЬ-2: Настолько другой язык, совершенно не похожий на европейские языки алфавит, трудные звуки, которые отсутствуют в португальском («Радио Сибирь. Омск» 05.11.2014).

Выявление схожих черт между двумя странами дополняет представление о России. ВЕДУЩИЙ: Есть какая-то схожесть между Россией и Бразилией? ГОСТЬ: Не так уж и много различий между Россией и Бразилией. Ходить по магазинам — они ходят так же, как ходят в Бразилии. Люди после работы устают так же, как устают после работы в Бразилии. Основное различие — это язык.

Интересным моментом в беседах о жизни иностранных гостей в России становится обсуждение стереотипов о странах:

• ВЕДУЩИЙ: Есть за границей такое мнение, что в Сибири, да и вообще в России зимой по улицам ходят медведи. Вы, когда уезжали, не боялись этого? ГОСТЬ-1 (смеясь): На самом деле в России все думают, что в Бразилии вы можете увидеть, как по улицам бегают обезьяны, и им это тоже очень смешно. ГОСТЬ-2: Разные страны имеют друг о друге разные шутки и предрассудки.

- 11) KT сопоставления поведения поклонников (болельщиков) на родине и в России.
- ВЕДУЩИЙ: Как поддержка на аренах Омска? Как вам омский болельщик? ГОСТЬ: На самом деле в Омске фанаты очень громкие, всегда так поддерживают, это чувствуется всегда, когда они выходят на лёд. И, конечно же, организация, и в принципе, их отношение к игрокам, даже когда проигрывают, или, наоборот, побеждают это всё чувствуется, и они довольнотаки хорошо чувствуют поддержку («Радио Сибирь. Омск» 24.11.2017).
- ВЕДУЩИЙ: Какова разница между нашей и канадской аудиторией? Есть ли разница? ГОСТЬ: Да, разница есть небольшая. Русская публика более лояльная, они приходят встречаться в аэропорты, в отели. Это круто («Радио Сибирь. Омск» 27.11.2017).

Через выяснения мнения о российских спортивных болельщиках или о поклонниках творчества музыкантов складывается образ жителя Сибири — это человек, отличающийся от поклонников на родине. Сибиряки умеют поддерживать любимую команду, любимого музыканта. Это очень эмоциональные люди, «очень громкие» (как несколько раз отметил в беседе шведский спортсмен).

Коммуникативные тактики, применяемые ведущими радиостанции в беседах с гостями студии, формируют представление о Сибири как об уникальной территории, на которой расположены красивые города с дружелюбными жителями, талантливой молодёжью, занимающей активную социальную позицию. Отмечаются и отрицательные стороны городов: это состояние экономики региона, его инфраструктуры (в частности дорог). К гостям студии применяется разный набор коммуникативных тактик, мотивированный сферой деятельности и интересов гостя.

Выводы по главе 2

1. Коммуникативные тактики формирования медиаобраза Сибири разнообразны. В просветительских монологических радиотекстах коммуникативные тактики направлены на создание общей картины Сибирского региона, включающей

информацию о загадочных местах и легендах народностей, проживающих в Сибири («Легенды Сибири»), её неповторимых географических объектах и природных достопримечательностях («Большая страна. Следуй за нами!»), о разных городах Сибири, имеющих многовековую историю («Про Сибирь»).

- 2. Формат программы и её целеустановка определяют степень разнообразия применяемых ведущими коммуникативных тактик. Так, в программе «Легенды Сибири» демонстрируется ИХ разнообразие: КТ локализации легенды, КТ описания особенностей места, связанного с легендой, КТ обращения к историческим данным, КТ представления культурного фона Сибири, КТ «вписывания» Сибири в мировое культурное пространство. В текстах двух других исследованных программ доминирует одна коммуникативная тактика: (КТ путешествия Сибири («Большая ПО страна. Следуй за нами!»), КТ побуждения к познавательной деятельности («Про Сибирь»).
- 3. К коммуникативным особенностям тактик, выявленных в диалогических радиотекстах, относятся: информирование слушателей о музыкальных концертах и культурных событиях в жизни города; нацеленность ведущих на выяснение мнения гостя студии о Сибири и людях, живущих в Сибири; стремление ведущих косвенно обосновать значимость и престижность радиостанции посредством общения с популярными музыкантами (гостями сибирских городов) и другими интересными людьми (проживающими в Сибири).
- 4. Результатом реализации коммуникативных стратегий, формирующих медиобраз Сибири, является следующее:
- получение аудиторией достоверной информации о природных объектах,
 расположенных в разных регионах Западной и Восточной Сибири
 (КТ путешествия по Сибири);
- прямое и косвенное побуждение радиослушателей к познавательной деятельности, к стремлению открывать для себя Сибирь (КТ локализации легенды, КТ описания особенностей места, связанного с легендой, КТ обращения к историческим данным, КТ представления культурного фона Сибири, КТ «вписывания» Сибири в мировое культурное пространство);

- ориентирование радиослушателей в культурных событиях региона: КТ КТ презентации гостя, выяснения впечатления гостя (музыканта) от прошедших концертов и слушателей, КТ выявления особенностей культурного события, КТ оценивания профессиональной гостей, деятельности КТ анонсирования региональных проектов на радио;
- расширение общего культурного кругозора аудитории: КТ выяснения мнения иностранного гостя о жизни в России, КТ сравнения коммуникативного поведения поклонников (болельщиков) на родине и в России, КТ выяснения причин выбора увлечения.
- 5. В языковой реализации выявленных коммуникативных стратегий и тактик выделяются единицы лексического, морфологического и синтаксического уровней.

На лексическом уровне преобладают топонимы, помогающие создать карту природных объектов и городов Сибири. В соответствии с реализацией той или иной стратегии в разных программах преобладает лексика соответствующей семантической группы: «Путешествие» (КС приглашения в путешествие по Сибири); «Таинственные/загадочные события» (КС ознакомления с Сибирью через легенды); «Исторические личности/исторические события» (КС побуждения к познавательной деятельности).

На морфологическом уровне значительный пласт занимают формы имён прилагательных в сравнительной и превосходной степени, описывающих природные объекты и достопримечательности Сибири как уникальные.

Ha синтаксическом наиболее уровне продуктивно использование однородных предложения, парных союзов составе членов В предложения не только... но и..., снимающие ограничительное значение в предложение, позволяет передать разнообразие флоры и фауны Сибири, её природных объектов. Сравнительные конструкции ... (что?) как (что?); ... кажется будто ...; (что?) похожее (на что?) позволяют провести параллели между природными объектами Сибири и остального мира и характеризуют их неповторимость.

ГЛАВА 3. СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЕДИАОБРАЗА СИБИРИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

3.1 Официальная страница радиостанции в социальной сети как поликодовый текст

Выход средств массовой информации в Интернет становится одним из обязательных условий их функционирования. Как отмечается исследователями медиатекстов, электронный формат печатных изданий В сети, сайты телевизионных значительно радиовещательных И каналов расширяют читательскую, слушательскую и зрительскую аудитории [Носовец, 2014; Вольф, Лимбах, 2018].

Развитие новых коммуникаций XXI века привело к появлению новых сетевых жанров (комментариев, блогов, чатов и др.), что обусловило актуальность изучения особенностей их функционирования [Щепилова, 2012; Марченко, 2012, 2013; Голев, Ким, 2014; Сидорова, 2014; Петрова, 2014; Антропова, Морозова, 2015; Мансурова, 2016; Гридасова, 2017; Носовец, 2016, 2018; Сабаева, 2018а]. Учёными исследуется жанровая специфика «новых» сетевых текстов и форматов современных медиакоммуникаций, проводится сопоставление с традиционными СМИ [Карпенко, 2009; Нестерова, 2012б, 2012г; Соколов, Мансурова, 2013; Тарасова, 2014; Белова, Фролова, 2015; Шакиров, 2015; Носовец, 2016; Ухова, 2016; Павлов, 2017]; актуализируется анализ языкового аспекта современных медиа [Холодковская, 2014; Абрамов, Абрамова, 2016; Гридасова, 2017], их поликодовой структуры [Варченко, 2008; Вольская, 2016; Коньков, 2016; Загидуллина, 2018; Нестерова, 2019]. Специальное внимание обращено на разные формы виртуальной коммуникации [Лассан, 2016], и особенно на жанр интернеткомментария в соцсети [Селеменева, 2016; Гридасова 2017].

Подробно рассматривая структурную организацию публичных страниц СМИ в социальных сетях, С. Г. Носовец отмечает, что «в паблике все средства направлены на персонификацию и вовлечение читателя в личное взаимодействие

со СМИ» [2014, с. 251]. При помощи развлекательных элементов (различных тестов, розыгрышей, игр) пользователь сети становится участником интернет-коммуникации, вовлекается в диалог с другими участниками коммуникативной ситуации посредством своих репостов, комментариев и лайков к постам.

Мониторинг популярных социальных сетей показывает наличие официального аккаунта (паблика) практически у каждого электронного и печатного СМИ, как государственного, так и регионального. Иметь интернетстраницу «ВКонтакте» или «Facebook» стало требованием для успешного функционирования нового поколения всех средств массовой коммуникации, в том числе радио.

Современный радиодискурс претерпевает значительные изменения, развивается его гипертекстуальность. Расширяется аудитория радиостанции, осуществляющая рецепцию контента через социальные сети.

В социальной сети «ВКонтакте» в каждом регионе вещания радиостанции «Радио Сибирь» функционирует своя официальная страница. Согласно отраслевому докладу Федерального агентства по вопросам печати и массовым коммуникациям об основных тенденциях и перспективах развития радиовещания в России в 2017 году, число подписчиков на официальные аккаунты радиостанции «Радио Сибирь» в разных городах вещания год от года увеличивается. Для сравнения: в 2017 году количество подписчиков на аккаунт радиостанции «Радио Сибирь. Омск» составляло 17808 человек, в 2018 году число подписчиков увеличилось до 20223²⁷.

Официальные страницы радиостанций «Радио Сибирь. Томск» и «Радио Сибирь. Омск» в социальной сети «ВКонтакте» на июль 2019 года имеют наибольшее количество подписчиков среди остальных регионов. По сравнению с прошлым годом количество групп в социальной сети сократилось вследствие прекращения вещания «Радио Сибирь» в некоторых регионах (рисунок 10, рисунок 11).

²⁷ 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.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2017 (дата обращения: 24.02.2019).

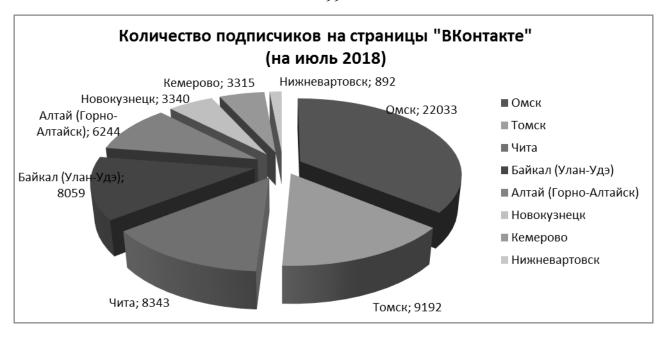


Рисунок 10 – Количество подписчиков на страницы «ВКонтакте» (на июль 2018)

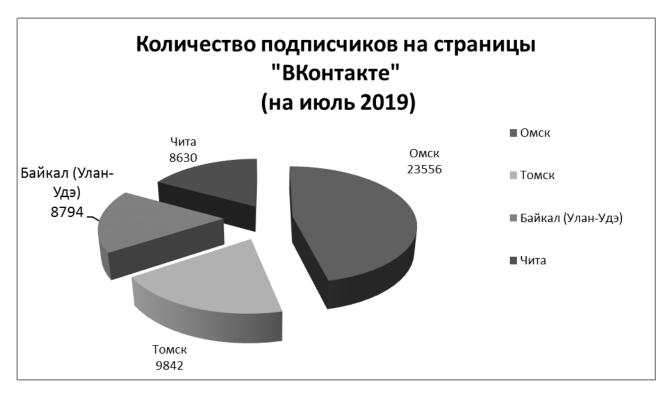


Рисунок 11 – Количество подписчиков на страницы «ВКонтакте» (на июль 2019)

В докладе Федерального агентства по вопросам печати и массовым коммуникациям за 2017 отмечается, что «сеть «ВКонтакте» даёт возможность наблюдать за экспериментами в области медиапроизводства и медиапотребления» [Федеральное агентство по вопросам..., 2017]. Однако развитие новых медиа – это

явление, значимое не только для журналистики, но и для всех научных направленией, связанных с медиакоммуникацией. К сказанному необходимо добавить, что выход радио в социальные сети становится требованием современного общества, диктуется потребностями адресата.

В настоящей диссертационной работе 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» [Васильева, 2018, с. 89].

Радиотекст в рамках предпринятого в диссертации подхода, вслед за Н. Г. Нестеровой, рассматривается как гипертекст, который объединяет характеризующиеся коммуникативной связностью и целостностью автономные вербальные тексты, представленные в радиоэфире и на сайте радиостанции, музыкальные блоки, звуковые эффекты (шумы), участвующие в организации радиодискурса [Нестерова, 2018, с. 139], а также радиотексты, размещённые в социальной сети [Нестерова, 2019, с. 391–395]. Определяя структурно-текстовую организацию радиотекста, автор исходит из того, что он, будучи базовой составляющей радиодискурса, состоит из множества текстов, ориентированных на различные коммуникативные цели и характеризуется поликодовостью. При этом целостность является конститутивным компонентом не только микротекста, но и макротекста. Как важнейший фактор целостности текста оценивается его коммуникативная адресованность целевой аудитории [Нестерова, 2018, с. 139-1401.

Официальная страница радиостанции «Радио Сибирь» в социальной сети «ВКонтакте» представляет собой современную коммуникативную платформу, на которой простраивается активный диалог между радиослушателем и ведущим радиостанции и которая характеризуется ярко выраженной поликодовостью.

Структуру официальной страницы СМИ в социальной сети «ВКонтакте» описывает С. Г. Носовец [2014, 2017]. С опорой на её работы рассмотрим специфику репрезентации просветительской информации о Сибири в пабликах «Радио

Сибирь. Томск» и «Радио Сибирь. Омск». Выбор данных пабликов обусловлен наибольшим среди других количеством подписчиков, что обеспечивает разнообразие содержательного аспекта пабика.

Структура рассматриваемых официальных страниц «Радио Сибирь. Томск», «Радио Сибирь. Омск» позволяет продемонстрировать специфику проявления поликодовости в новой форме радиотекста, 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) (рисунок 12), на котором выделены перечисленные части профиля.

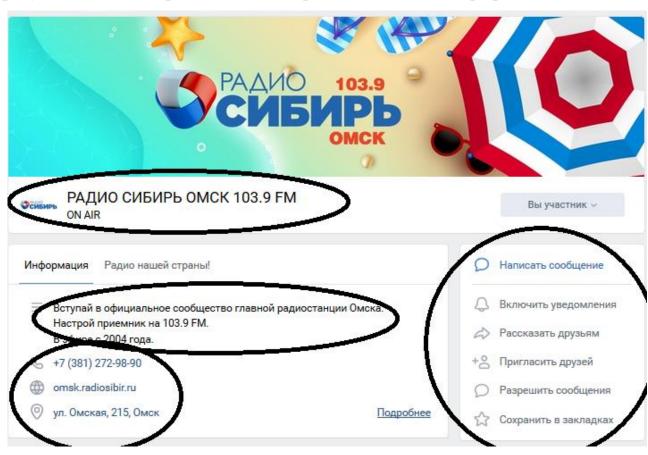


Рисунок 12 – Профиль «Радио Сибирь. Омск»

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 быстрого нахождения данной группы. Например, после беседы с гостем в прямом эфире подписчику данного паблика приходит оповещение (рисунок 13): Сообщество Радио Сибирь Омск 103. 9 FM провело прямую трансляцию Live: Радио Сибирь Омс 103.9 FM

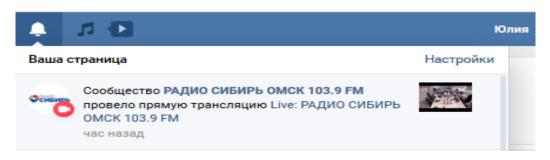


Рисунок 13 – Скриншот оповещения паблика «Радио Сибирь. Омск»

- 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.
 - 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.

Обозначенные выше структурные компоненты паблика проиллюстрированы на рисунке 14.

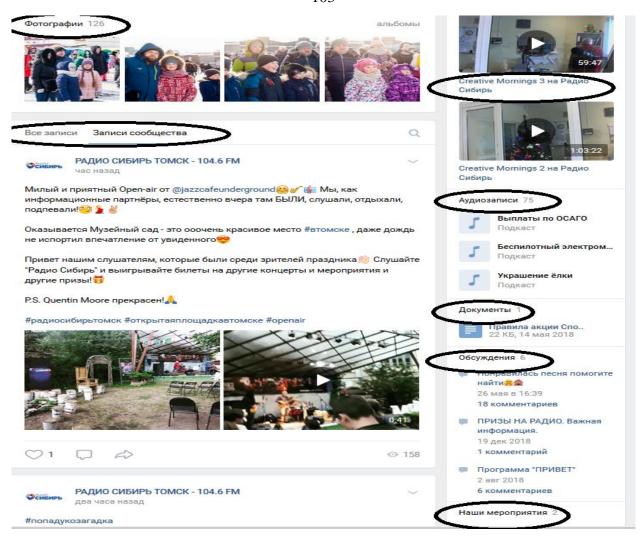


Рисунок 14 — Основные структурные компоненты паблика «Радио Сибирь. Томск»

Рассмотренная структура официальной страницы радиостанции позволяет продемонстрировать характер её многофункциональности. Информация в паблике представлена в виде «стены» (непрерывной ленты) записей, которая позволяет оформить звучащий в эфире радиотекст в виде отдельных постов. В словаресправочнике «Медиалингвистика в терминах и понятиях» пост определяется как «сообщение, публикуемое пользователями на своих страницах в социальных сетях, состоящее из текста, изображения, видео, аудио, эмотикона (смайла), скриншота (снимок экрана компьютера или смартфона), ссылки, тега и мн. др.» [Кулажко, 2018, с. 370].

В виде поста на странице радиостанции репрезентируются не только короткие новостные сообщения, ежедневные астрологические прогнозы или

результаты розыгрыша, но и приветствия ведущих. И если современный радиотекст предстаёт сегодня как гипертекст, то, полагаем, функционирование радиотекста в форме поста в социальной сети можно расценивать как новое проявление его гипертекстуальности.

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 погоды. В постах не везде используется знак решётки и слитное написание нескольких слов.
- 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, (#ММС) Молодая музыка Сибири).
- 4. Просветительские: культурные заметки об истории 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*).

3.2 Коммуникативная стратегия вовлечения слушателя в формирование медиаобраза Сибири в социальной сети «ВКонтакте»

Анализ постов, представленных на стене официальных страниц в социальной сети «ВКонтакте» в период с июля 2017 года по июль 2019 года позволил выделить следующие коммуникативные тактики и коммуникативные

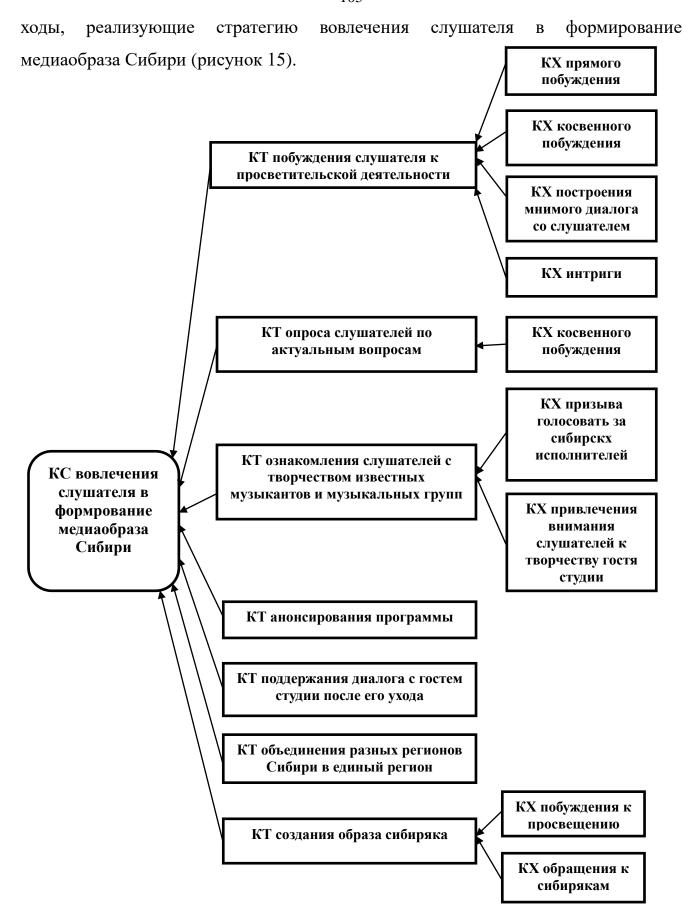


Рисунок 15 — Коммуникативная стратегия вовлечения слушателя в формирование медиаобраза Сибири в социальной сети «ВКонтакте»

1) Коммуникативная тактика побуждения слушателя к просветительской деятельности.

Данная тактика рассмотрена на примере постов к выпускам программы «Легенды Сибири».

<u>КХ прямого побуждения:</u> выражается в постах прямыми побудительными констукциями: *Присоединяйся* к нашему спецпроекту! Заходи! Смотри! Читай! Слушай! strana.radiosibir.ru.

<u>КХ косвенного побуждения:</u> выражается вопросительными конструкциями, цель которых — вызвать у слушателя познавательный интерес, побудить его к самостоятельному поиску ответа на вопрос: Из-за чего появляются воронки на Ямале? («Воронки на Ямале»²⁸); Может ли быть правдой то, что в Сибири есть база для посадки НЛО? («Инопланетяне»); Какие тайны скрывает Новосибирский театр оперы и балета? («Новосибирский театр оперы и балета»); Превратится ли скала вновь в девушку? («Мыс Хобой»); А может быть людям действительно не стоит заходить слишком далеко в погоне за сенсациями?.. («Принцесса Укока»); Что за монстр живёт в озере Лабынкыр? («Лабынкыр»).

Вопросительные конструкции используются различных опросах радиослушателей, когда после вопроса предлагаются варианты ответов (рисунок 16): Какой туристический маршрут в Сибири вы бы порекомендовали иностранцам? – Байкал (Бурятия), Васюганское болото (Томск), Национальный парк «Алханай» (Забайкалье), Каракольские озёра (Республика Алтай), Пять озёр (Омск).

²⁸ В скобках указаны названия выпусков программы «Легенды Сибири».



Рисунок 16 — Скриншот публичного опроса пользователей паблика «Радио Сибирь»

<u>КХ построения мнимого диалога со слушателем</u>: реализуется посредством риторических вопросов, использующихся для имитации диалога: *Туман в Сайлент Хилле, говорите?* А вот вам наш туман. Сибирский. Кровавый («Кровавый туман»); Поиграем? — подпись-аноне к иллюстрации Богучанских шаров («Богучанские шары»).

КХ интриги: реализуется посредством незаконченных предложений, цель которых заинтересовать слушателей, разжечь их любопытство: Молебский треугольник... Вряд ли все тайны этого места будут разгаданы. Впрочем, пытаются их разгадать очень многие... («Молебский треугольник»); Деревня под названием Елизавета близ Красноярска исчезла давно. Исчезла за одну ночь... («Деревня Елизавета»); Видимское Урочище в Иркутской области забирает людей... («Видимское урочище»); На водопой к реке Ыгаатта стекаются не животные, а... («Ыгаатский водопой»).

2) Коммуникативная тактика опроса слушателей по актуальным вопросам.

Данная тактика реализуется в основном в информационных постах, которые имеют четырёхчастную структуру [Сабаева, 2019]:

- І. заголовок новости;
- II. текст новости;
- III. фото к новости с указанием программы, в которой звучит данная новость (рисунок 17, рисунок 18);
 - IV. опрос слушателей.

В тексте новости коротко освещается актуальное событие из сферы политики, экономики, культуры не только региона, но и страны и мира.

Посредством фото визуализируется сообщаемая новость. После этого слушателям предлагается небольшой опрос.

Приведём примеры:

• І. Футбольные страсти

II. Минувшей ночью прошел главный матч Чемпионата мира по футболу. Сибиряки наблюдали за финальным поединком сборных Франции и Хорватии в организованных фан-зонах, спорт-барах или дома у телевизора. Но, конечно, есть и те, кто равнодушен к футболу. Тем не менее, не заметить спортивный праздник, которым месяц жила страна, было невозможно. Сегодня в теме дня мы выясняем отношение сибиряков к футболу вообще, и к прошедшему Чемпионату, в частности.

III.



Рисунок 17 – Фото к новости «Футбольные страсти»

IV. Что нам дал Чемпионат мира по футболу?

Ощущения причастности к большому событию – 22.3 %

Опыт проведения масштабных мероприятий – 7.8 %

Показал, что городские службы не готовы справляться с последствиями праздника – 3.8 %

Непопулярные реформы в экономике – 53 %

Я не болельщик, мне все равно – 13.2 % («Радио Сибирь. Томск» 16.07.2018).

• І. Как поступить с «Ивой белой» – одним из самых старых и самых разрушенных памятников природы Омска?

II. Накануне, 12 июля, в мэрии состоялось очередное заседание комиссии по сносу, обрезке и восстановлению зеленых насаждений. Повестка на этот раз оказалась стандартной, но с необычными вопросами, самым неоднозначным из которых оказался последний. Он касался памятника природы «Ива белая».

Напомним, эта древняя ива растет на территории парка напротив Академии транспорта в г. Омске, около МУП «Водоканал». Приблизительный возраст дерева — около 100 лет. Статус памятника природы ей присвоил в 80х годах Совет народных депутатов.

Одни предлагали прекратить её мучения и спилить, другие — продолжать уход и позволить ей «уйти красиво», третьи просто перестать ухаживать и дать дереву умереть своей смертью. #РадиоСибирьОмск #ЙетиШоу #ТемаУтра III.



Рисунок 18 – Фото к новости «Как поступить с «Ивой белой»

IV. Спилить – 11.17 %

He mpогать – 9.75 %

Продолжать ухаживать – 53.19 %

Сделать из Ивы Арт-объект – 24.65 %

Нечто другое – 1.24 % («Радио Сибирь. Омск» 16.07.2018).

Как демонстрируют примеры, в информационных постах обсуждаются новости и события разного масштаба (от местных до мировых).

Информационным поводом для постов часто становится **сибирская погода**, **климат**.

• Крещенские морозы пришли в регионы Сибири. В минувшие выходные в Кемеровской области столбик термометра опустился до отметки -45. Морозно в Новосибирской, Томской, Омской областях и Забайкалье. Федеральное управление автомобильных дорог «Сибирь» рекомендовало жителям регионов отказаться от дальних поездок. На федеральных автомобильных дорогах ведется круглосуточное патрулирование для оперативного оказания помощи водителям в сложных ситуациях. Оборудованы стационарные пункты питания и обогрева. Аварийные службы переходят на усиленный режим работы. Оставаться дома и по возможности реже выходить на улицу рекомендует и МЧС. Ожидается, что морозы в Сибири продержатся до 24 января. Впрочем, не для всех сибиряков морозы — повод изменить свои привычки и отказаться от желания модно выглядеть. О том, что важнее в морозы имидж или тепло мы говорим сегодня в «теме дня».

Что для вас важнее в морозы?

Сохранение тепла – 96,53%;

Внешний вид – 3,47 («Радио Сибирь. Томск» 22.01.2018).

• Холодный май в сибирских регионах завершился. Самая холодная и влажная за последние пятьдесят лет весна заставила в Омске и Кузбассе продлить отопительный сезон, а сибирским аграриям, это касается практически всех регионов округа, не позволит в срок завершить посевную. В двадцатых числах мая аграрии рапортовали лишь о 30 % выполненных работ. Долгожданное тепло

пришло в Сибирь только в конце мая, затем, обещают синоптики, предстоит затяжное начало лета при умеренных температурах, и только во второй декаде июня в регион придет настоящее тепло. Правда это не касается Забайкалья, где два последних майских дня порадовали тридцатиградусной жарой. Чем же заслужили такой холодный май сибиряки, узнаем версии горожан в Теме Дня сегодня. #РадиоСибирь #ТемаДня #Лето #Холод

Лето будет?

Aa - 55.56%

Hem - 28.57 %

Не знаю – 15.87 % («Радио Сибирь. Томск» 01.06.2018).

В результате проведенных в июне контрольно-надзорных мероприятий в Красноярском сельском поселении Омского района Омской области было выявлено около 90 га сельскохозяйственных угодий. Они не используются собственниками более трех лет. Земельные участки поросли сорной растительностью. А давайте в такую хорошую погоду разговор переведём на дачные участки — они же ведь тоже в рамках с/х земель могут находиться.

Так все же, дорогие радиосибиряки, **что для вас дача — место отдыха, место работы или комбинация с/х угодий с рекреационными ресурсами?** #РадиоСибирьОмск #ЙетиШоу #ТемаУтра («Радио Сибирь. Томск» 17.07.2018).

Тема погоды обсуждается ведущими в прямом эфире, сопровождается косвенным побуждением слушателей к совершению прогулок и наслаждению погодой:

<u>КХ косвенного побуждения:</u> На улице в течение дня -5...-7, именно такую погоду прогнозируют синоптики на среду в Томске. Временами снег! **Идеальная погода, чтобы после работы пройтись пешком, насладиться теплой зимой!** В студии Илья Голосуцкий, желаю каждому тепла не только за окном, но и в сердце! («Радио Сибирь. Томск» 10.01.2018).

• Теплеет в Омске! **Пора выбираться** из своих уютных квартир **и наслаждаться весенними прогулками**, тем более в сети опубликовали расписание пешеходных экскурсий! #ЙетиШоу #Омск #РадиоСибирьОмск («Радио Сибирь. Омск» 18.04.2018).

3) Коммуникативная тактика ознакомления слушателей с творчеством известных музыкантов и музыкальных групп.

Являясь музыкально-информационной радиостанцией, «Радио Сибирь» в большом объёме освещает культурные новости, музыкальные новинки, а также различные музыкальные направления прошлого и настоящего. Например, в ежедневной рубрике «Сибирская йетника» ведущие знакомят радиослушателей с музыкальными группами.

• Первая полноценная неделя лета стала еще и одной из самых длинных рабочих недель за последнее время. Впереди три выходных, но до них еще нужно добраться, преодолев рабочую субботу. Надеемся, сегодняшняя #Йетника поможет вам зарядиться бодростью, и весь день пройдет легко и весело. А заряжать будут волшебники страны Оз. Так с испанского переводится название группы Mago de Oz. На музыку коллектива оказали влияние многие исполняющие различные разновидности металла, группы, также классическая и народная музыка. Сами волшебники говорят, что не признают рамок границ музыке u неистово врываются наш эфир! #СибирскаяЙетника #РадиоСибирьОмск #ЙетиШоу («Радио Сибирь. Омск» 07.06.2018).

Данная тактика используется для призыва слушателей радиостанции слушать популярную музыку, скачивать её в свои плейлисты / репостить на свои страницы подборки аудиотреков, сделанные ведущими «Радио Сибирь». На рисунке 19 представлен пост с предложением скачать музыку для фитнеса. Императивные конструкции слушай, тренируйся, улучшай призывают слушателей заниматься спортом.

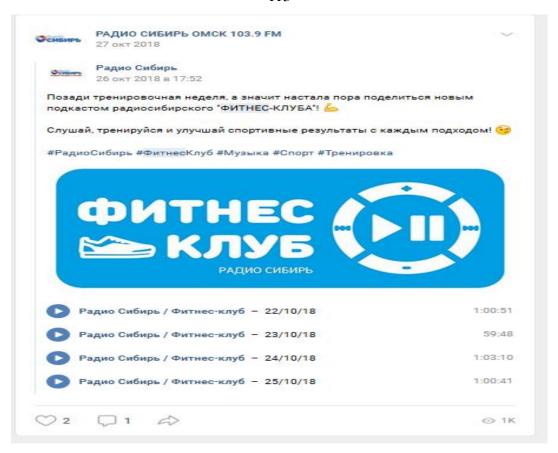


Рисунок 19 – Скриншот поста с подкастом «Фитнес-клуб»

<u>КХ призыва голосовать за сибирских исполнителей:</u> Как говорилось выше большое внимание на «Радио Сибирь» уделяется музыкантам из сибирских городов. В рубрике «Молодая музыка Сибири» прослушиваются музыкальные композиции, проводятся конкурсы на звание лучшего исполнителя с призывом голосовать за понравившегося исполнителя:

- В новом баттле ММС с 27 ноября примет участие DOMASHNIH и ALINA VOLК из Горно-Алтайска с песней «Не До Сна». Попадет ли песня в ротацию РАДИО СИБИРЬ зависит от ваших голосов! Слушай Сибирь Слушай Своих! #ММС #МолодаяМузыкаСибири #РадиоСибирь #DOMASHNIH #Горно-Алтайск («Радио Сибирь. Томск» 26.11.2017) (рисунок 20).
- Победителем очередного баттла сезона становится DB из города Омск с песней «Ведьма». Поздравляем с семидневной ротацией трека на Радио Сибирь! Участвуйте в проекте, отправляйте заявки и попадайте в сибирский эфир! #ММС #МолодаяМузыкаСибири #РадиоСибирь #СлушайСвоих #Омск #Ведьма («Радио Сибирь. Омск» 25.05.2018) (рисунок 21).

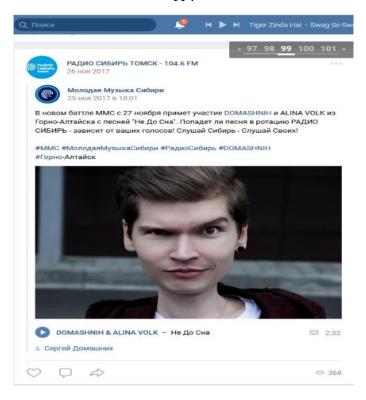


Рисунок 20 — Скриншот анонса к программе «Молодая музыка Сибири»

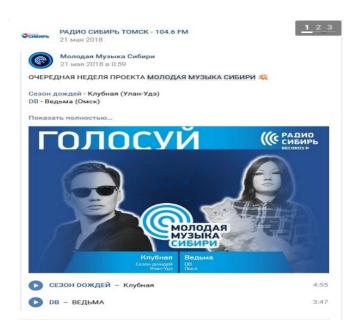


Рисунок 21 – Скриншот поста к программе «Молодая музыка Сибири»

<u>КХ привлечения внимания слушателей к творчеству гостя студии.</u> Благодаря структуре паблика и системе гиперссылок он становится площадкой мгновенного включения адресата в диалог с гостем студии, обеспечивая знакомство с его творчеством (посредством просмотра слушателем клипа на песню или аккаунта гостя в соцсети по гиперссылке, данной в посте) (рисунок 22).



Рисунок 22 – Скриншот поста с клипом Л. Шапиро «Алтайский ветер»

• ВЕДУЩИЙ (Илья Голосуцкий): Прекрасная работа. Спасибо вам за неё. Добавил себе в аудиозаписи. ВЕДУЩИЙ (Сергей Селиванов): Ну, до мурашек пробрало! Что ты про клип-то ничего не скажешь? Я досмотрел до конца, очень патриотично. ВЕДУЩИЙ (Илья Голосуцкий): Очень, очень впечатляет. У меня в какой-то момент мурашки побежали небольшой кросс по спине. «Алтайский ветер», напомню, есть ссылка в нашей группе «ВКонтакте», там же сделал ссылку на страничку Льва, чтобы вы познакомились немного с творчеством поближе («Радио Сибирь. Томск» 14.03.2019).

Императивные конструкции давайте послушаем, слушаем призывают адресата обратить внимание на композицию, послушать её. Косвенное побуждение сделал ссылку на страничку Льва, чтобы вы познакомились немного с творчеством поближе усиливает интерес к творчеству музыканта. Лексические единицы с положительной оценкой клипа (прекрасная работа, до мурашек пробрало, очень впечатляет, очень патриотично, мурашки побежали небольшой кросс по спине) дополняются высшей оценкой ведущего: добавил к себе в

аудиозаписи — значит, как профессионально сделанный, заслуживает внимания и на этом основании включён в список понравившихся аудиозаписей на индивидуальной странице.

4) Коммуникативная тактика анонсирования программы.

Данная тактика применяется для привлечения внимания слушателя к радийному эфиру, к разным программам на радиостанции. Проиллюстрируем анонсы к разным постам:

• «Жаркие новости»: *Медведи разгулялись в красноярском заповеднике* «Столбы». Да так, что питомник пришлось закрыть! Сколько продлится ограничение и как в заповеднике проводят запланированные экскурсии – расскажем сегодня.

Все подробности в 17.00 в выпуске новостей («Радио Сибирь. Томск» 13.07.2018).

- Доброе утро, сибиряки! Ну что, зима никак не хочет от нас уходить и даже снега сколько выпало! Но! **#утреннеейетишоу растопит и снег и лед**! У микрофона Женя Крылова делайте громче («Радио Сибирь. Томск» 26.03.2018).
- Сибирь-матушка на грибы богата. Белые, маслята, подосиновики, грузди и это только верхушка грибного айсберга, который скрывается в томской тайге. На самом деле в нашем регионе полторы тысячи видов грибов! О редких съедобных грибах, и куда нести неизвестные в случае находки рассказывает наш журналист Любовь Воробьева.

Еще больше интересного – в программе «День за днём» на Радио Сибирь Томск в субботу и воскресенье («Радио Сибирь. Томск» 13.07.2018).

Тема погоды нередко служит переходом к культурным новостям, является своеобразным анонсом к музыке, которая будет звучать в эфире: В Сибири весна как обычно наступает ближе к июню, а где-то уже сейчас тепло и почти солнечно. В Тбилиси сегодня +15, а в #Йетнике музыка из столицы Грузии («Радио Сибирь. Томск» 03.04.2018).

Посты о погоде и природе Сибири служат организующим началом в ленте паблика. Важное место в них 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 на утреннюю тематику) (рисунок 23, рисунок 24);



Рисунок 23 – Скриншот поста «Доброе утро, Сибирь!»



Рисунок 24 — Скриншот поста «Доброе утро, Сибирь!»

Таёжный патруль (с гифкой медведя, проезжающего на мопеде мимо водителя машины «Радио Сибирь. Омск» 08.05.2018); Золотые сибирские руки (с гифкой сибиряка, умело пилящего деревья двумя бензопилами одновременно «Радио Сибирь. Омск» 11.04.2018); Весна по-сибирски! (с фотографией заснеженного Омска «Радио Сибирь. Омск» 19.03.2018) (рисунок 25); Любовь по-сибирски (с гифкой щенка, целующего сову «Радио Сибирь. Омск» 02.02.2018); Безмятежность выходного дня по-сибирски (подпись к фото медведя в тайге «Радио Сибирь. Омск» 26.05.2018) (рисунок 26).

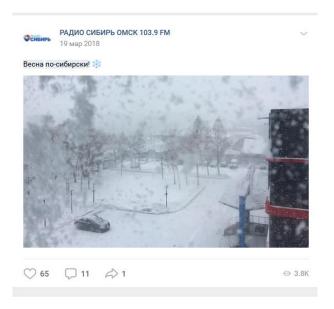


Рисунок 25 — Скриншот поста «Весна по-сибирски



Рисунок 26 – Скриншот поста «Безмятежность выходного дня по-сибирски»

5) Коммуникативная тактика поддержания диалога с гостем студии после его ухода.

Паблики позволяют продлить общение участников коммуникативной ситуации (ведущего, слушателей) с гостем, то есть спустя определённое время вернуться к теме, обсуждавшейся в программе и возобновить контакт с ним. В качестве примера приведём шуточный пост ведущего «Радио Сибирь. Омск» о путешественнике из Российского географического общества Л. Круглове и его поисках йети. Будучи гостем эфира, путешественник пообещал найти настоящего йети, взамен того игрушечного, которого ему подарили в студии:

• ГОСТЬ: У меня такая мечта есть: когда-нибудь найти хоть клочок шерсти настоящего йети. Если найду, я вам обещаю, привезу кусочек («Радио Сибирь. Омск» 24.01.2017) (рисунок 27).

Через месяц путешественник прислал фото с игрушкой на плато Маньпупунёр (Республика Коми) в знак того, что обещание найти йети выполняет и ищет его.

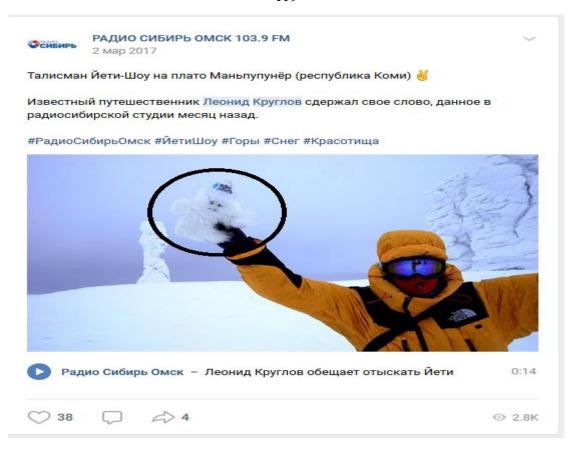


Рисунок 27 – Скриншот поста о Л. Круглове

6) Коммуникативная тактика объединения разных регионов Сибири в единый регион.

Сообщение культурных новостей на тему дня в регионах Сибири является приёмов создания единого образа Сибири.

Из числа рассмотренных записей, выделено два поста, освещающих новости о проведении ночи музеев в разных уголках Сибири, и о подготовке к Новому году в регионах. В данных постах ключевыми словами становятся названия городов и регионов Сибири:

• В России в минувшие выходные прошла традиционная акция «Ночь музеев». Единственная ночь в году, когда в музей можно попасть бесплатно, увидеть уникальные экспонаты и принять участие в культурных программах, которые специально готовят к этому событию. Например, Томские музеи в этом году охотно откликнулись на одну из тем акции, которую предложило Министерство культуры: «Шедевры из запасников». Томичи своими глазами увидели экспонаты из музейных архивов. «Ночь музеев» в Омске открыли рок-

концертом. На площади перед историческим парком «Россия — моя история» мотоклуб «Ночные Волки» представили выставку ретроавтомобилей и современных мотоциклов. В Бурятии в этом году позаботились о доступности музейных коллекций для инвалидов. Жители республики с ограниченными возможностями здоровья побывали в интерактивно-тактильной юрте. Забайкальцы ещё месяц после Ночи в музее смогут посмотреть на уникальные фотографии — отчёты о приезде в 1891 году в Нерчинск и Читу Цесаревича Николая. Ходят ли в музеи жители сибирских городов в эту ночь и не только, узнаем сегодня в Теме Дня. #РадиоСибирь #ТемаДня #Музей #НочьВМузее («Радио Сибирь. Томск» 21.05.2018).

• Подготовка к встрече Нового 2017 года началась в сибирских городах. В столицах краёв и областей на создание праздничного облика ежегодно в бюджеты закладываются немалые суммы.

Основная предновогодняя тенденция в этом году в **Забайкалье**, например, экономия средств. Ледовый городок на центральной площади **Читы** будет стоить 2,5 миллиона против прошлогодних пяти миллионов.

В Улан-Удэ ситуация противоположная, новогодний ледовый городок на площади Советов в этом году обойдётся дороже на 1 миллион 200 тысяч рублей. Встречать посетителей будет символ 2017 года по восточному календарю — петух. В Томске этой зимой построят восемь ледовых городков. Новогодняя иллюминация в этом году должна заработать уже 1 декабря и будет радовать горожан в течение двух месяцев.

В **Кемерове** на украшение города гирляндами выделят более 3 миллионов рублей. А в **Омске** гирляндами собираются украсить даже деревья. #РадиоСибирь #СибирьВТеме («Радио Сибирь. Томск» 24.11.2016).

В приведённых новостных текстах одно событие, проходящее в разных городах, создают единую картину обширной территории России. В то же время они демонстрируют разнообразие решений по одному общему вопросу или проблеме, чтобы у слушателей и пользователей была возможность сравнить разные подходы, возможно, предложить на этой основе новое решение.

7) Коммуникативная тактика создания образа сибиряка.

Образ Сибири в изучаемом материале создаётся и через обращение к образу жителей Сибири [Ершова, 2013 ; Малёнова, Терских, 2015] — сибиряков, радиосибиряков (как их иногда называют ведущие). Жители Сибири — это необыкновенные люди, способные жить в сложных климатических условиях, гармонично сосуществовать с богатой природой Сибири и защищать её от разрушения, готовые ставить рекорды в разных сферах общественной жизни, а также быть в числе самых образованных в мире людей.

- Жители Омска попали в Книгу рекордов России, встав в самый большой масленичный хоровод, который насчитывал более тысячи человек. «Взявшись за руки на площади Победы, омичи смогли побить рекорд, зафиксированный в 2015 году в Москве, тогда в хоровод встали 220 человек. В Омске количество участников составило 1082 человека, что почти в пять раз превышает масленичный хоровод. Этого количества людей столичный оказалось достаточно для установления нового российского рекорда», - сказали в прессслужбе Правительства Омской области. Достижение, которое проходило на улице в историческом центре Омска, было занесено в специальный сертификат главным экспертом Книги рекордов России, всемирно признанным художникоммикроминиатюристом Анатолием Коненко («Радио Сибирь. Томск» 19.02.2018).
- Три сибирских вуза вошли в топ-50 «Рейтинга лучших университетов мира: БРИКС» 2018 года по версии британской компании Quacquarelli Symonds (QS). Авторы её исследования пояснили, что для составления рейтинга была проведена оценка эффективности вузов пяти быстроразвивающихся стран. При составлении рейтинга оценивалась академическая репутация, репутация среди работодателей, соотношение преподавательского состава к числу студентов, индекс цитируемости и доля научных статей на преподавателя, а также доля иностранных преподавателей, иностранных студентов и преподавателей с научной степенью. Составители рейтинга отметили, что «в этом году Россия продемонстрировала свои лучшие результаты за всю историю рейтинга». МГУ имени М.В. Ломоносова занял пятое место в рейтинге.

Лучшие позиции продемонстрировали также **Новосибирский государственный** университет (11-я позиция), **Томский государственный университет** (26-я позиция), **Томский политехнический университет** (49-я позиция). В топ-100 также вошли **Алтайский госуниверситет** и **Новосибирский государственный** технический университет. Как выбрать университет — тема сегодняшнего опроса («Радио Сибирь. Томск» 30.11.2017).

КХ обращения к сибирякам.

Каждое утро «Радио Сибирь» начинает эфир с приветственного обращения к сибирякам: Всем утренней сибирской свежести! Доброе утро, Сибирь! Проснулись, сибиряки? Вот вам веселая картинка для настроения Илья Голосуцкий и Женя Крылова у микрофона, присоединяйтесь к нам, ведь без вас не будет нашего утра («Радио Сибирь. Томск» 27.12.2017). Интерактивное общение осуществляется также посредством опросов и обсуждений, что отмечалось выше: В преддверии праздника 8 марта хотим узнать у сибиряков — есть сугубо женские/мужские профессии и какие из них вот самые-самые женские? («Радио Сибирь. Омск» 05.03.2018).

Образ сибиряка выстраивается и на основе ответов, которые предлагаются радиослушателям в информационных постах. Нередко они имеют шуточный характер, что показывает жителей Сибири как весёлых людей, умеющих посмеяться над собой:

• Хотели бы вы пожить в исторической, дворцовой обстановке? (вопрос после новости о том, как турист пробрался в Павловский дворец и решил переночевать в покоях императрицы Марии Фёдоровны).

$$Aa - 26.47\%$$

Нет, ценю современный комфорт – 33.82 %

C удовольствием остановился бы во дворце на выходные -35.78~%

Я уже живу во дворце – 3.92 % («Радио Сибирь. Томск» 27.06.2018).

Смотрите также результаты опроса об идеальном отдыхе:

Mope − *54*,*63* %;

Горы – 13,43 %;

Дача -6,02%;

Дома на диване – 8,33 %;

Ha paботе – 2,78 %;

Познавательный туризм — 14,81 % («Радио Сибирь. Томск» 31.05.2018).

КХ побуждения к просвещению.

Большую группу постов на странице «Радио Сибирь» занимают просветительские посты о русском языке, а ведущие радиостанции «Радио Сибирь. Томск», «Радио Сибирь. Омск» ежегодно выступают в качестве волонтёров, озвучивающих текст диктанта на Всемирной общественной акции «Тотальный диктант». Популяризация русского языка и грамотности слушателей становится важной просветительской задачей на «Радио Сибирь» и реализуется в разных форматах, в том числе развлекательном. Например, в жанре игры, проводимой в поддержку «Тотального диктанта» (рисунок 28), в посте «Сибирь диктует» даётся анонс к игре в прямом эфире:

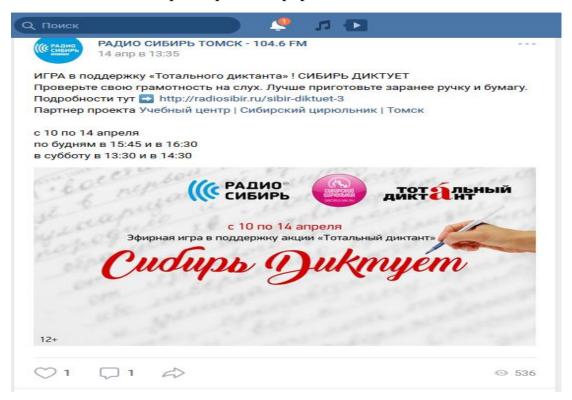


Рисунок 28 – Скриншот поста «сибирь диктует»

Проверьте свою грамотность на слух. Лучше приготовьте заранее ручку и бумагу. Подробности тут http://radiosibir.ru/sibir-diktuet-3 Партнер проекта

Учебный центр Сибирский цирюльник Томск с 10 по 14 апреля по будням в 15:45 и в 16:30 в субботу в 13:30 и в 14:30 («Радио Сибирь. Томск» 14.04.2018);

«Радио Сибирь» всегда поддерживает значимые социальные проекты и предлагает слушателям приготовиться к диктанту в прямом эфире!

В преддверии «Тотального диктанта» с 9 по 13 апреля в утреннем эфире будут звучать короткие фрагменты из произведений известных писателей. Слушатели, после озвучивания отрывка, должны ответить на вопрос ведущих (например, «сколько запятых в прозвучавшем фрагменте?» или «есть ли в отрывке восклицательные знаки?»). Ответы принимаются на sms-портал 5533 с заголовком Сибирь либо иным озвученным ведущими способом. Автор первого верного сообщения появляется в эфире и получает подарок от спонсора игры, а также сувениры от организаторов «Тотального диктанта».

Время выхода проекта: с 9 по 13 апреля в 9:45

#радиосибирь #омск #тотальныйдиктант #сибирьдиктует #русскийязык #игра #акция («Радио Сибирь. Омск» 08.04.2018).

Посты о русском языке под хэштегом #ВЕЛИКИЙМОГУЧИЙ, будучи по сути просветительскими, обычно касаются правильного употребления лексики русского языка и носят игровой характер [Сабаева, 2019]:

- В каком из предложений слово «алкать» употребляется верно?
- 1. Она, соседям бедствие готовя,

Еще алкала власти или крови,

Но встретила Любовь – и вот она

И безоружна, и побеждена.

2. Егор так хотел алкать с друзьями, что даже под страхом расправы со стороны жены, не смог сдержать своего желания — благо, друзья пришли со своим.

Пишите ваши предположения в комментариях, в конце часа разыграем главный приз – сертификат в салон красоты!!! («Радио Сибирь. Томск» 14.07.2018).

• Какой из предложенных вариантов употребления слова «вампука» является верным?

- 1. В зале не было слышно аплодисментов, даже неискушенный зритель посчитал подобное действо на сцене обыкновенной вампукой.
- 2. Тропический лес полон диковинных животных, среди которых в исключительно редких случаях можно встретить редкую хохлатую вампуку.

Ваши ответы принимаем здесь или по ватсапу: +7 **923 457 1046** («Радио Сибирь. Томск» 26.06.2018).

- Угадайте, в каком случае слово «эврибатный» используется верно?
- 1. На танцполе яблоку негде было упасть, музыка объединяла совершенно разных людей уж слишком эврибатный был трек.
- 2. Если заплыть на глубину трех метров, можно встретить редких эврибатных морских существ.

#радиосибирьтомск #первоерадиовтомске #радиосибирь #призынарадио#по падукошоу #попадинарадио («Радио Сибирь. Томск» 28.06.2018).

- В каком из нижеприведенных предложений слово «огурство» используется верно?
- 1. Во время садово-огородного периода очень сложно избежать обжорства плодами с огорода, в частности, огурства.
 - 2. Его огурство очень мешало совместному принятию решения.

Пишите ответы в комментариях, среди угадавших разыграем главный приз – сертификат в салон красоты! («Радио Сибирь. Томск» 09.07.2018).

Вопросы грамотности выносятся на обсуждение со слушателями:

• ЧЁ или ЧТО?

Грамотность российских политиков обсудили филологи, преподаватели, издатели и писатели. Круглый стол, посвященный проблемам, связанным с русским языком и чтением, прошел в «Известиях». По словам декана филфака Государственного института русского языка, им. А.С. Пушкина, почти все политики высокого ранга занимаются постановкой речи. Например, один из российских министров совершает на 10 минут потока речи только две ошибки, что является очень хорошим результатом. Важно ли для сибиряков, как говорят окружающие их люди, узнаем в Теме Дня сегодня. #РадиоСибирь #ТемаДня #Грамотность #РусскийЯзык.

• Вы обращаете внимание на грамотность своих собеседников?

Hет, нормы грамотности сегодня условны -3.9 %

Да, безграмотная речь меня раздражает, всегда поправляю собеседника — 57.9 %

Hет, есть региональные особенности речи, говор не считается ошибкой -11.3~%

 $He\ уверен,\ что\ я\ сам\ говорю\ грамотно,\ прошел\ бы\ тест <math>-26.9\ \%$ («Радио Сибирь. Томск» 26.12.2017).

Обратная связь с аудиторией выстраивается посредством обсуждения в прямом эфире, комментариев слушателей под постом, их участия в опросах.

Например, в посте-розыгрыше о русском языке «Творческий подъём» (рисунок 29) слушателям предлагалось закончить фразу «Русский язык настолько могуч...». Были получены следующие ответы:

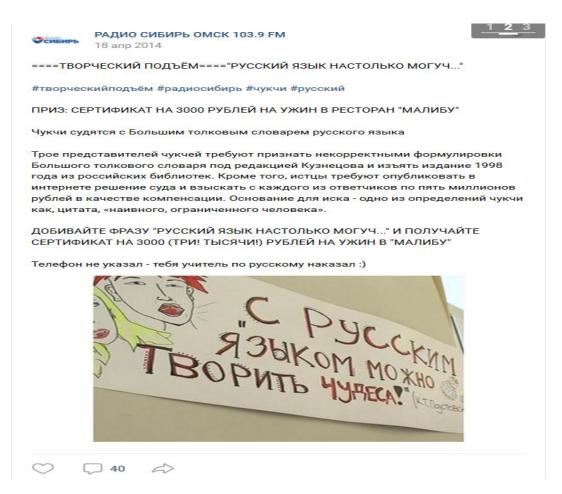


Рисунок 29 — Скриншот поста «Творческий подъём»

Русский язык настолько могуч что миллионы людей в других странах хотят говорить на нем. 89139757642 (Алексей Беляев) 29; Русский язык настолько могуч, что единственный язык об который не сломаешь свой язык. что даже иностранцы заговорили на русском вот насколько он могучий 89087950097 (Александра Шлегель); ...что и чукчу может обидеть и американца унизить! 89659781480 (Константин Кугаевский); Русский язык настолько могуч, что и до Киева доведет, и пошлет туда, не зная куда, что бы найти то, не зная что! 89050962837 (Ирина Сидякина); Русский язык на столько могуч, что солипсизм домашней птицы по отношению к нежвачным млекопитающим отряда парнокопытных звучит круто, хотя на самом деле это всего лишь пословица. Гусь свинье не товарищ. 89040727401 (Иван Иванов); Русский язык настолько могуч, что просто НЕРЕАЛЬНО выполнить всё, что на нём ОБЕЩАЮТ! 983-627-27-83 (Александр Фоменко).

В комментариях слушателей содержатся шуточные ответы о трудностях освоения русского языка иностранцами, о разнообразии значений русских слов, о богатстве его фразеологии и даже скрытая критика в сторону политиков.

К поликодовым единицам реализации выявленных выше коммуникативных ходов отнесены:

- 1) Хештеги / хэштеги (англ. hashtag от hash знак «решётка» + tag метка) тематический маркер публикаций в блогах и соцсетях, начинающийся с символа # [Беловодская 2018, с. 421]. 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 (рисунок 30). 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.

²⁹ Орфография и пунктуация в комментариях слушателей даны в соответствии с оригиналом.

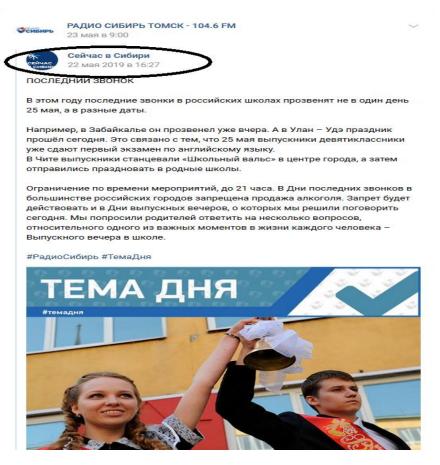


Рисунок 30 – Применение перепоста новости с паблика «Радио Сибирь»

3) Тематические иллюстрации к анонсам выпусков радиопрограмм (рисунок 31, рисунок 32).

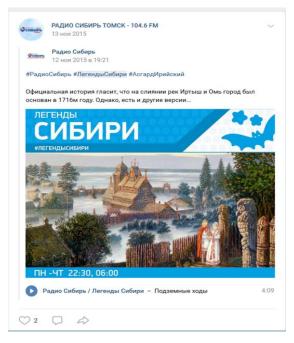


Рисунок 31 – Скриншот анонса к программе «Легенды Сибири»

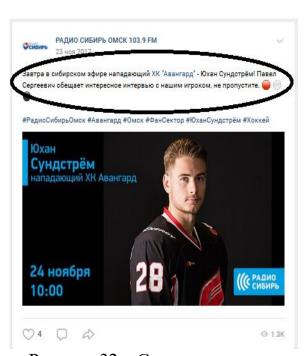


Рисунок 32 — Скриншот анонса к программе «Гость студии»

Анонс к выпуску радиопрограммы сопровождается тематической иллюстрацией, соответствующей тексту анонса, помогающей подготовить слушателя к восприятию аудио. Иллюстрации к выпускам «Легенд Сибири» обычно усиливают загадочность, мистичность выпуска; могут вызвать у слушателей сильное эмоциональное состояние, о чём предупреждает далее в звучащем тексте ведущий: «Для слушателей старше 16 лет». В зависимости от количества выпусков количество иллюстративного материала также может меняться: к одному выпуску – одна картинка, к подборке из трёх выпусков – три (рисунок 33).

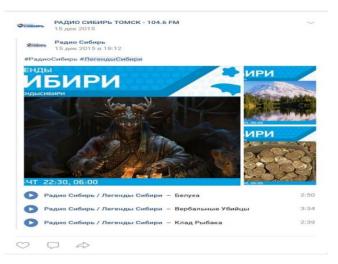


Рисунок 33 — Скриншот поста анонса к выпускам программы «Легенды Сибири»

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 (рисунок 34); «Легенды Сибири» — силуэт летучей мыши и звёзд (мистический подтекст) (рисунок 35), «Популярная география» — знак глобуса и др.:



Рисунок 34 — Символические знаки в посте

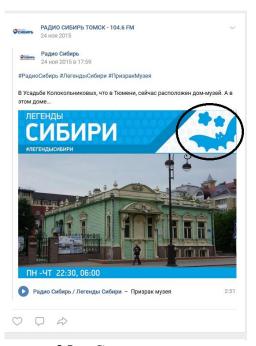


Рисунок 35 — Символические знаки в посте

Реализация выделенных в параграфе коммуникативных тактик и ходов осуществляется единицами разных языковых уровней.

- 1) Глаголы в императивной форме: слушай, голосуй, читай, заходи, смотри, присоединяйся, делайте (громче), давайте переведём разговор, угадайте.
- 2) Положительно-оценивающая 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).
- 3) Однокоренные единицы с корнем СИБИР-: Сибирь, сибирский, по-сибирски, сибиряк, радиосибирский, радиосибиряк.
- 4) Лексические единицы, связанные с сибирскими реалиями: *Сибирьматушка, таёжный, йети, чукча.*

С развитием новых медиакоммуникаций и конвергенции СМИ звучащий радиотекст становится структурной частью сложного, объёмного, многослойного комплекса, составляющего радиодискурс, который включает тексты разных кодов: аудиотекст (аудиозапись), визуальный текст (фото, картинка, иллюстрация), вербальный текст (описание содержания аудиотекста).

Функционирование радиостанции «Радио Сибирь» в социальных сетях заметно расширяет её слушательскую аудиторию, что способствует созданию более полного, разностороннего образа Сибири.

Включение ежедневных сообщений на официальных страницах «Радио Сибирь» в социальной сети «ВКонтакте» создаёт позитивный медиаобраз Сибири, которая предстаёт как обширный регион с эрудированным и активным радиослушателем.

Выводы по главе 3

- 1. Официальная страница радиостанции «Радио Сибирь» является современной платформой, обеспечивающей построение эффективной коммуникации слушателей с ведущими радио. Посредством ежедневных развлекательных программ, в большинстве своём носящих просветительский характер, слушатели получают новые знания, общаются с гостями студии, оставляют комментарии под постами ведущих, принимают участие в опросах и обсуждениях темы дня.
- 2. Паблики радиостанций характеризуются поликодовостью, что отражает расширение возможностей участия адресата в радиокоммуникации. Посты на стене официальной страницы включают в себя как вербальные, так и поликодовые единицы (подкаст программы, фото-анонс к программе, актуальные ссылки на новости, видеозапись беседы с гостями студии), основу которых составляет вербальная составляющая. Выявленные в просветительском радиотексте единицы иллюстрируют различные функциональные возможности социальной сети в создании образа региона. Поликодовая сущность современного радиотекста расширяет его просветительские возможности и усиливает эффективность формирования у слушателей знаний о сибирской культуре.
- 3. Коммуникативная стратегия формирования медиаобраза Сибири в социальной сети реализуется с помощью различных коммуникативных тактик и ходов. Они способствуют активизации обратной связи со слушателем. Слушатель,

имея возможность высказать своё мнение, оставляет комментарий, ставит лайк, делает репост, таким образом участвует в обеспечении визуализации медиаобраза Сибири.

Таким образом, подтверждается трёхчастная структура медиаобраза в радиодискурсе, где все три составляющие: – автор, объект, адресат (ведущий, Сибирь, слушатель/пользователь соцсети) – становятся равноправными участниками в создании медиаобраза Сибири.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование коммуникативной стратегии формирования медиаобраза Сибири в региональном просветительском радиодискурсе привело к ряду научно значимых наблюдений.

Изучение современных научных ПОДХОДОВ К исследованию понятия медиаобраз, сопоставление понятий образ, имидж и медиаобраз применительно диссертационного исследования, к цели и задачам анализ регионального просветительского радиодискурса всё ЭТО позволило квалифицировать просветительский радиодискурс о Сибири как своеобразное коммуникативное пространство, главной целью которого является распространение знаний о Сибири.

Избранный в качестве основного коммуникативно-прагматический подход сделал возможным выявить высокий просветительский потенциал радиостанции «Радио Сибирь» в создании медиаобраза Сибири. Гипертекстовая структура современного регионального просветительского радиодискурса, функционирующего в разных форматах, способствовала рассмотрению медиаобраза Сибири с позиций автора (ведущего программы) и адресата (слушателей, гостей студии, пользователей сети).

В результате проведённого исследования монологических и диалогических просветительских радиотекстов о Сибири выявлен комплекс коммуникативных стратегий, тактик и ходов, реализующих цель формирования изучаемого медиаобраза. Коммуникативные стратегии, применяемые в радиотекстах, обусловлены доминирующей целью радиопрограмм.

Набор коммуникативных тактик в формировании медиаобраза Сибири в диалогических программах определяется статусом гостя, его профессиональной позицией (музыкант, деятель культуры — известный человек, предприниматель, руководитель организации — неизвестный человек, иностранный гражданин).

Исследование способов репрезентации медиаобраза Сибири в социальной сети «ВКонтакте» посредством анализа поликодовых текстов на официальных страницах «Радио Сибирь. Томск», «Радио Сибирь. Омск» даёт основание для заключения об активном диалогическом взаимодействии радиостанции с адресатом.

Поликодовая структура паблика 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.

В качестве перспектив данного исследования выдвигаются следующие. Перспективным аспектом представляется изучение роли адресата региональных радиостанций в создании медиаобраза Сибири на материале комментариев слушателей к постам о Сибири на официальной странице радиостанции в социально сети. Закономерным видится изучение языковых и поликодовых приёмов создания образа жителя Сибири.

Научный интерес вызывает вопрос о сходстве и различии коммуникативных тактик формирования медиаобраза сибирского города (Омска, Томска, Улан-Удэ и др.) местными радиостанциями. Предполагаем, что сравнительный анализ может расширить и уточнить полученные в ходе диссертационного исследования результаты.

Вследствие значительного лингвометодического потенциала просветительских радиотекстов о Сибири актуальным развитием темы видится разработка учебных и учебно-методических материалов для преподавания русского языка в иностранной аудитории, для спецкурсов по краеведению.

В качестве перспективного вектора развития темы отметим исследование этнокультурного компонента медиаобраза Сибири в просветительском радиодискурсе. Он будет способствовать описанию специфической грани медиаобраза Сибири и может быть использован в разработке эффективных методик работы с текстами данного типа в сфере РКИ.

Популяризация знаний посредством СМИ, сочетающих традиционные и новые форматы функционирования, усиливает актуальность изучения культурно-просветительского медиатекста региональных масс-медиа в аспекте новых форм и жанров современных средств массовой коммуникации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Абрамов В. П. Текст современных массмедиа: языковой аспект / В. П. Абрамов, Г. А. Абрамова // Историческая и социально-образовательная мысль. -2016. -№ 5 (2). C. 157-160.
- 2. Авдашкин А. А. Образ азербайджанца на страницах СМИ азербайджанской диаспоры в России (на материалах газеты «Озан») / А. А. Авдашкин, А. А. Пасс // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2018. Т. 2, вып. 2. С. 171–177.
- 3. Андреева С. В. Фатика в радиоэфире : к вопросу об употреблении синтаксических единиц разного типа / С. В. Андреева // Филологические науки. $2002. N_{\odot} 6. C. 47-58.$
- 4. Аниськина Н. В. Языковые средства и структура текста в радиорекламе /
 Н. В. Аниськина // Вестник Костромского государственного университета. 2010. –
 № 1. С. 69–73.
- 5. Антропова В. В. Тексты социальных сетей с точки зрения медиабезопасности: культурно-речевой аспект / В. В. Антропова, А. А. Морозова // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 20 (375). С. 17—22.
- 6. Арсеньева Т. Е. Коммуникативные стратегии и тактики просветительского радиодискурса (на материале программы «Говорим по-русски») : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Арсеньева Татьяна Евгеньевна. Томск, 2013а. 179 с.
- 7. Арсеньева Т. Е. Реализация тактики коммуникативного равенства в просветительском радиодискурсе (на материале программы «Говорим по-русски») / Т. Е. Арсеньева // Мир науки, культуры, образования. 2013б. № 5. С. 292—296.
- 8. Арсеньева Т. Е. Современный просветительский дискурс о русском языке как особый коммуникативный феномен / Т. Е. Арсеньева // Вестник Томского государственного университета. 2013в. № 377. С. 7–11.
- 9. Арсеньева Т. Е. Новые медиа и новые тексты: к вопросу о специфике / Т. Е. Арсеньева, С. В. Фащанова // Казанская наука. 2018. № 12. С. 97—100.

- 10. Аюуш Огторгуймаа. Трансформация образа Монголии в советских и российских медиатекстах : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Огторгуймаа Ауюш. М., 2017. 19 с.
- 11. Бабичев Л. Н. Имидж Сибири: экономический и экологический параметры / Л. Н. Бабичев // Сибирь: имидж медиарегиона / под ред. В. И. Супруна. Новосибирск, 2012. С. 233–247.
- 12. Барабаш В. В. Тема культуры в эфире государственного радиовещания постсоветской России : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Барабаш Виктор Владимирович. М., 2006. 29 с.
- 13. Барабаш В. В. Журнал как особый вид СМИ репродуктор и транслятор медиаобразов / В. В. Барабаш, Т. В. Сезонов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 10/2. С. 165–168.
- 14. Белова Л. И. Видеорадио новый формат современных медиа СМИ (на примере регионального радио «НІТ») / Л. И. Белова, А. А. Фролова // Информационное поле современной России: практики и эффекты : сборник статей XII Международной научно-практической конференции. Казань, 15–17 октября 2015 г. Казань, 2015. С. 117–120.
- 15. Беловодская А. А. Хештэг / А. А. Беловодская / Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М., 2018. С. 421–422.
- 16. Белоусова Ю. В. Медиаобраз в культурной коммуникации: репрезентация религии в медиапространстве : автореф. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Белоусова Юлия Владимировна. М., 2015. 28 с.
- 17. Белоусова Ю. В. Медийный образ как средство коммуникации / Ю. В. Белоусова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. − 2012. − № 12 (26) : в 3-х ч. − Ч. І. С. 27–31.
- 18. Богдан Е. Н. Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Богдан Елена Николаевна. М., 2007. 25 с.

- 19. Болотнов А. В. Идиостиль информационно-медийной языковой личности (коммуникативно-когнитивные аспекты исследования): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Болотнов Алексей Владимирович. Томск, 2016. 22 с.
- 20. Болотнов А. В. Коммуникативный стиль языковой личности (на материале публичного дискурса ведущего радиостанции «Эхо Москвы») / А. В. Болотнов // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2013. Вып. 3 (131). С. 179—181.
- 21. Болотова Е. А. Радиовещание в эпоху новейших технологий / Е. А. Болотова, Л. А. Круглова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. -2009. -№ 4. С. 57–64.
- 22. Босый П. Н. Современная радиоречь в аспекте успешности / неуспешности речевого взаимодействия: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Босый Пётр Николаевич. Томск, 2006. 23 с.
- 23. Бочаров А. В. Методологические и эмпирические аспекты изучения региональной сибирской идентичности в информационном поле региональных СМИ / А. В. Бочаров // Вестник Томского государственного университета. История. 2012. № 2 (18). С. 81–95.
- 24. Буланова А. В. Медиаобраз Вологодской области в европейских СМИ / А. В. Буланова, Ю. Н. Драчева, Е. В. Опахина // Вестник Череповецкого государственного университета. 2016. \mathbb{N} 6. С. 49–57.
- 25. Ваганов Е. А. Имидж как фактор развития науки и образования в Сибири / Е. А. Ваганов // Сибирь: имидж медиарегиона / под ред. В. И. Супруна. Новосибирск, 2012. С. 170—178.
- 26. Вакку Г. В. Культурно-просветительская миссия регионального радио (на примере «Радио Чувашии») / Г. В. Вакку // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. 2008. № 78. С. 91—96.
- 27. Варченков В. В. Медиатекст: вербальный и визуальный компонент / В. В. Варченков // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвузовский сборник научных трудов. Орёл, 2008. Вып. 6. С. 263—272.

- 28. Васильева В. В. Поликодовость медиатекста / В. В. Васильева / Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М., 2018. С. 88–91.
- 29. Вершинина Е. Н. Когнитивно-дискурсивная репрезентация имиджа вуза в специализированном периодическом издании : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Вершинина Евгения Николаевна. Томск, 2015. 238 с.
- 30. Волкова А. А. Проблемы речевого планирования в современном радиодискурсе: от слов к культуре / А. А. Волкова // Языки. Культура. Перевод. 2016. № 1. С. 43—50.
- 31. Волкова А. А. Роль контекста в восприятии и понимании иноязычных вкраплений в радиокоммуникации / А. А. Волкова // Вестник Московского университета. Серия 22: Теория перевода. 2014. № 4. С. 67–72.
- 32. Волкова А. А. Стратегия обеспечения понимания текста с иноязычными вкраплениями (на материале региональных рекламно-информационных журнальных текстов) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Волкова Анастасия Александровна. Томск, 2009. 204 с.
- 33. Волкова А. А. Языковая репрезентация тактик, реализующих коммуникативную стратегию обеспечения понимания текста с иноязычными вкраплениями / А. А. Волкова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2010. № 2. С. 155–118.
- 34. Волкова Е. В. Анализ языковой личности радиоведущей «Эха Москвы» Ксении Лариной / Е. В. Волкова // Вестник Томского государственного университета. – 2018. – № 434. – С. 12–18.
- 35. Вольская Н. Н. Поликодовый медиатекст: пути исследования / Н. Н. Вольская // Русская речь. 2016. № 2. С. 58–63.
- 36. Вольф О. А. Онлайн-радиовещание в медиапространстве Республики Хакасия / О. А. Вольф, В. А. Лимбах // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2018. № 1. С. 88–90.

- 37. Всеволодова А. Н. Медиаобраз городов России в федеральных печатных СМИ /А. Н. Всеволодова // Вопросы теории и практики журналистики. М., 2013. № 2. С. 152–158.
- 38. Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах / под ред. Е. Н. Филимоновых. М. : Фонд независимого радиовещания, 2002. 192 с.
- 39. Гайманова Е. В. Диалектика этнического и национального в медиаобразе региона / Е. В. Гайманова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 2 (58). С. 132–138.
- 40. Галинская Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т. Н. Галинская // Вестник Оренбургского государственого университета. 2013. № 11 (160). С. 91–94.
- 41. Глухов А. П. Медиаобраз России в телевизионной рекламе: модернизация или традиционализм / А. П. Глухов // Известия Томского политехнического университета. 2009. Т. 315, № 6. С. 123–128.
- 42. Глушкова Т. С. Медиаобраз как инструмент создания территориального имиджа: когнитивный аспект / Т. С. Глушкова, О. А. Зайцева // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2017. № 3 (29). С. 50–57.
- 43. Го Л. Лексическая репрезентация образа Китая в российском публицистическом дискурсе / Л. Го // Научный диалог. 2019. № 3. С. 38–53.
- 44. Голев Н. Д. Обыденные политические интернет-комментарии как проявление вариативности интерпретации (оппозиции «эксплицитное иммплицитное», «проявленное ожидаемое» / Н. Д. Голев, Л. Г. Ким // Имплицитые и эксплицитные стратегии в восточноевропейском политическом дискурсе : материалы российской секции международной конференции «Ain's misbehavin'? Implicit and explicit strategies in eastern European political discourse». Екатеринбург–Цюрих, 19–22 октября 2013 г. Екатеринбург–Цюрих, 2013. С. 47–71.
- 45. Гололобов Е. И. История взаимодействия человека и природы на Севере Западной Сибири / Е. И. Гололобов // Вестник Югорского государственного университета. 2014. № 3 (34). С. 25–31.

- 46. Гранатова Ю. В. Презентация образов Путина и Медведева на телеканале «Russia today» / Ю. В. Гранатова // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2010. № 3 (11). С. 82–91.
- 47. Григорян С. В. Современный медиаобраз России на отечественном телевидении: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Григорян Светлана Валерьевна. М., 2016. 20 с.
- 48. Гридасова В. А. Языковые особенности жанра комментария в социальных медиа / В. А. Гридасова // Молодёжь третьего тысячелетия : сборник научных статей. Омск, 2017. С. 84–88.
- 49. Гридасова В. А. Коммуникативно-речевые стратегии и тактики комментаторов пабликов интернет-СМИ в социальной сети «Вконтакте» / В. А. Гридасова, С. Г. Носовец // Молодёжь третьего тысячелетия : сборник научных статей. Омск, 2018. С. 1363–1367.
- 50. Гриднев Н. А. Телевизионный новостной медиаобраз Омска (на материале выпусков передачи «Новости здесь» телеканала «Продвижение») /
 Н. А. Гриднев // Коммуникативные исследования. 2016. № 2 (8). С. 51–63.
- 51. Гусейнова А. В. Формирование медиаобраза Республики Хакасия в федеральных СМИ / А. В. Гусейнова, Н. Е. Забусова // Сохранение и развитие языков и культур коренных народов Сибири : материалы II Всероссийской научнопрактической конференции. Абакан, 24–25 мая 2018 г. Абакан, 2018. С. 84–87.
- 52. Гуськова С. В. Культурно-просветительский проект «Как стать русским?» на радио «Маяк»: дискуссионный аспект программы / С. В. Гуськова // Гуманизация информационного пространства : материалы международной научно-практической конференции. Казань, 11 февраля 2016 г. Казань, 2016. С. 324–327.
- 53. Девяткова М. И. Лингвокультурный типаж «царь» (на материале креолизованных текстов с образом Владимира Путина) / М. И. Девяткова // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. 2016. № 14. С. 85—94.
- 54. Джейхан А. Х. Медиаобраз Турции в российских СМИ: особенности формирования имиджа : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Джейхан Айдоган Хакан. М., 2017. 23 с.

- 55. Димитракопулос Γ . Образ Греции в современной российской прессе: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Димитракопулос Гергиос. М., 2015. 22 с.
- 56. Добросклонская Т. Г. Теория и методы медиа лингвистики (на материале английского языка) : автореф. дис. . . . д-ра филол. наук : 10.02.04 / Добросклонская Татьяна Георгиевна. М., 2000. 48 с.
- 57. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2006. № 2. С. 20—33.
- 58. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. М. : КРАСАНД, 2013. 288 с.
- 59. Добросклонская Т. Г. Массмедийный дискурс: теория и методы изучения / Т. Г. Добросклонская // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования : сборник научных работ I международной научно-практической конференции. Белгород, 01–04 апреля 2014 г. Белгород, 2014. С. 48–56.
- 60. Добросклонская Т. Г. Методы анализа видео-вербальных текстов / Т. Г. Добросклонская // Медиалингвистика. 2016. № 2 (12). С. 13–25.
- 61. Дускаева Л. Р. Медиалингвистика в России: лингвопраксиологическая доминанта / Л. Р. Дускаева // Медиалингвистика. 2014. № 2 (4). С. 5—15.
- 62. Ду Ц. Особенности имиджа КНР в русскоязычных печатно-сетевых СМИ Китая : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Ду Цюаньбо. М., 2017. 23 с.
- 63. Егошкина В. А. Прагмастилистическая специфика развлекательного радийного дискурса / В. А. Егошкина // Коммуникативные исследования. 2014. $N \ge 2$ С. 181—188.
- 64. Егошкина В. А. Своеобразие речевых жанров в развлекательном радийном дискурсе / В. А. Егошкина // Коммуникативные исследования. 2015. $N_{\odot} 2$ (4). С. 66—74.

- 65. Егошкина В. А. Своеобразие тематической организации современного развлекательного радиодискурса / В. А. Егошкина // Наука о человеке: гуманитарные исследования. -2016. -№ 2 (24). C. 81–86.
- 66. Егошкина В. А. Речевые стратегии привлечения и удержания внимания адресата в развлекательном радийном дискурсе / В. А. Егошкина // Коммуникативные исследования. 2018. № 2 (16). С. 115–126.
- 67. Енина Л. В. Самоидентификации журналиста в прямом эфире на радио / Л. В. Енина, Э. В. Чепкина // Известия Уральского государственного университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. Т. 78, № 3. С. 159—167.
- 68. Ермоленкина Л. И. Диалог как дискурсообразующий фактор информационного радио / Л. И. Ермоленкина // Вестник Томского государственного унивеситета. -2009. -№ 325. C. 18–24.
- 69. Ермошина С. И. Медиаобраз России в японских СМИ / С. И. Ермошина, А. В. Чутчева // Медиаисследования. 2014. № 1. С. 148–159.
- 70. Ершова В. Е. Образ жителя Сибири в медиапространстве Томска и Северска (на материале телевизионных выпусков и радиосообщений) / В. Е. Ершова // Вестник Томского государственного унивеситета. Филология. 2016. № 4 (42). С. 168–180.
- 71. Ефимова Н. Н. Звук в эфире : учебное пособие для вузов / Н. Н. Ефимова. М. : Аспект Пресс, 2005. 142 с.
- 72. Желтухина М. Р. Создание медиаобраза политического врага в современных российских и американских СМИ: лексико-грамматический аспект / М. Р. Желтухина, Л. Л. Зеленская // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2018. № 4 (127). С. 121–130.
- 73. Жижина М. В. Медиапсихология: исторический экскурс в становление научной дисциплины / М. В. Жижина // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. $2016. N \cdot 4. C. 10 19.$
- 74. Загидуллина М. В. Типология поликодовых единств в аспекте медиалогики [Электронный ресурс] / М. В. Загидуллина // Медиаскоп. 2018. Вып. 3. URL: http://www.mediascope.ru/2464_(дата обращения: 24.10.2018).

- 75. Зарва М. В. Слово в эфире. О языке и стиле радиопередач / М. В. Зарва. М.: Искусство, 1971. 180 с.
- 76. Засурский Я. Н. Журналистское образование в информационном обществе / Я. Н. Засурский // Вестник Московского государственного университета. Серия 10: Журналистика. 2006. № 4. С. 3—8.
- 77. Зубанова Л. Б. Современное медиапространство: подходы к исследованию и принципы интерпретации / Л. Б. Зубанова // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2008. № 2. С. 6–17.
- 78. Илларионова К. М. Медиаобраз российского политика в газете «The New York times» (на примере образа В. В. Жириновского) / К. М. Илларионова, Н. В. Лаврентьева // Перспективы науки-2016 : материалы IV Международного заочного конкурса научно-исследовательских работ / Научно-образовательный центр «Знание». Казань, 10 октября 2016 г. Казань, 2016. С. 24–27.
- 79. Илюхина Н. А. Образ в лексико-семантическом аспекте / Н. А. Илюхина. Самара: Самарский университет, 1998. 204 с.
- 80. Имидж // Большая энциклопедия : в 62 т. М. : Терра, 2006. Т. 18. С. 443.
- 81. Имиджи Сибири : сборник / под науч. ред. В. И. Супруна Новосибирск : Фонд социо-прогност. исслед. «Тренды», 2008. 352 с.
- 82. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. М.: URSS: КомКнига, 2006. 288 с.
- 83. Казак М. Ю. Современный медиатекст: проблемы идентификации, делимитации, типологии / М. Ю. Казак // Медиалингвистика. 2014. Вып. 1. С. 65–76.
- 84. Калупетека Э. Н. Образ Анголы в электронных СМИ России : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Калупетека Эринеу Наполеао. М., 2015. 22 с.
- 85. Каплюк Л. С. Когнитивно-коммуникативные характеристики медиаимиджа Севастополя в русскоязычном медиадискурсе Украины (на материале текстов информационно-аналистического интернет-издания «Зеркало недели») / Л. С. Каплюк // Казанская наука. 2016. № 12. С. 103–106.

- 86. Карасик В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик / Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сборник научных трудов. Волгоград, 2000. С. 5–20.
- 87. Карпенко И. И. Радиовещание в интернете: формы вещания, специфика профессиональной деятельности журналистов, новые направления развития / И. И. Карпенко // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2009. № 1. С. 150–158.
- 88. Каширин А. А. Жанровое своеобразие передачи «Реплика» на радиостанции «Эхо Москвы» / А. А. Каширин // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2013. Вып. 10 (138). С. 192–195.
- 89. Каширин А. А. Индивидуальный медиадискурс как отражение идиостиля журналиста-ведущего авторской телевизионной программы : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Каширин Антон Анатольевич. Томск, 2019. 27 с.
- 90. Каширин А. А. Особенности речевого поведения участников интервью в передаче «Особое мнение» на радио «Эхо Москвы» / А. А. Каширин, А. В. Болотнов // III Всероссийский фестиваль науки. Наука и образование : сборник материалов XVII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Томск, 22–26 апреля 2013 г. Томск, 2013. Т. II : Филология, ч. 1 : Русский язык и литература. С. 178–182..
- 91. Киуру К. В. Новые жанры текста в социальных медиа / К. В. Киуру // Гипертекст как объект лингвистического исследования : материалы международной научно-практической конференции. Самара, 15–16 марта 2015 г. Самара, 2015. С. 46–51.
- 92. Ключи к эфиру : в 2-х кн. / А. И. Рувинский [и др.] ; под ред. Г. А. Шевелёва. М. : Аспект Пресс, 2007. Кн. 2 : Основы мастерства: опыт, практические советы. 270 с. (Мастер класс радиостанции «Маяк»).
- 93. Колодкин В. А. Радио в интернете / В. А. Колодкин // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2004. № 1. С. 103–110.

- 94. Колышкина Т. Б. Рекламный образ: технологии воздействия на массовое сознание / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2017. 224 с.
- 95. Коньков В. И. Речевая структура газетного текста / В. И. Коньков. СПб. : Изд-во СПбГУ, 1995. 158 с.
- 96. Коньков В. И. Дискуссия «Поликодовый медиатекст как объект лингвистического исследования»: проблемы и результаты обсуждения / В. И. Коньков // Медиалингвистика. 2016. № 3 (13). С. 133–135.
- 97. Коньков В. И. Радиоречь как поликодовое образование: содержание понятия и принципы описания / В. И. Коньков, Т. И. Сурикова // Экология языка и коммуникативная практика. 2018. № 3. С. 48–56.
- 98. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В. Г. Костомаров. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. 267 с.
- 99. Красильников С. А. Образ Сибири в исторической ретроспективе / С. А. Красильников // Сибирь: имидж медиарегиона / под ред. В. И. Супруна. Новосибирск, 2012. С. 95–111.
- 100. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов / Л. П. Крысин. М. : Эксмо, 2005. 944 с.
- 101. Кудрина А. В. Имиджевый медиатекст российских экономических форумов: история возникновения, особенности, тенденции развития : автореф. дис. канд. ... филол. наук : 10.01.10 / Кудрина Анастасия Викторовна. М., 2018. 22 с.
- 102. Кулажко С. А. Жанры сетевого общения / С. А. Кулажко // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М., 2018. С. 370–373.
- 103. Куранова Т. П. Языковая игра в речи теле- и радиоведущих : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Куранова Татьяна Петровна. Ярославль, 2008. 22 с.

- 104. Куранова Т. П. Языковая игра на лексико-семантическом уровне в речи современных радиоведущих / Т. П. Куранова // Ярославльский педагогический вестник. 2010. № 3. С. 228–233.
- 105. Ламин В. А. Лики Сибири давние и близкие / В. А. Ламин // Сибирь: имидж медиарегиона / под ред. В. И. Супруна. Новосибирск, 2012. С. 73–95.
- 106. Ланцевская Н. Ю. Медиаобраз территории как комплекс стереотипов брендинга места / Н. Ю. Ланцевская // Вестник Шадринского государственного педагогического института. 2015. № 4 (18). С. 101–103.
- 107. Лассан Э. О виртуальной коммуникации как возможном объекте медиалингвистики («Фейсбук»: возвращение в прошлое) / Э. Лассан // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 7–20.
- 108. Лысакова И. П. Язык газеты и типология прессы. Социолингвистическое исследование / И. П. Лысакова. СПб. : Филологический факультет СПбГУ, 2005. 256 с.
- 109. Люлько А. Н. Какое будущее у Академгородка? / А. Н. Люлько // ЭКО. 2012а. № 12 (462). С. 88–92.
- 110. Люлько А. Н. Трансформация имиджа Сибири в условиях новой глобальной реальности / А. Н. Люлько // Имиджи Сибири : сборник / под науч. ред. В. И. Супруна. Новосибирск, 2012б. С. 185–199.
- 111. Малмыго Т. Радиоведущий в контексте становления новых форм общения с аудиторией / Т. Малмыго // Аудиовизуальные медиа в условиях трансформации социокультурной среды : материалы международной научнопрактической конференции. Минск, 05 апреля 2019 г. Минск, 2019. С. 98–103.
- 112. Малышева Е. Г. «Город мёртв»: концентрация негативного в медиаобразе Омска / Е. Г. Малышева // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 50—59.
- 113. Малышева Е. Г. Специфика современного радийного просветительского дискурса: содержательный и жанрово-стилистический аспект (на материале программы «Дилетанты») / Е. Г. Малышева // Век информации. 2018 . № 2. С. 51–53.
- 114. Мансурова В. Д. Социальные сети и СМИ: учебное пособие / В. Д. Мансурова. Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2016. 108 с.

- 115. Марущак А. В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве / А. В. Марущак // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 93–96.
- 116. Марченко Н. Г. Социальная сеть как новая форма коммуникации в интернет-пространстве / Н. Г. Марченко // Казанская наука. № 10. 2012. С. 187–193.
- 117. Марченко Н. Г. Социальная сеть «ВКонтакте»: лингвопрагматический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Марченко Наталья Геннадьевна. Ростов-на Дону, 2013. 21 с.
- 118. Медведская Е. И. Слово и медиаобраз как информационные источники: анализ выбора взрослых / Е. И. Медведская // Академическая наука проблемы и достижения : материалы XI международной научно-практической конференции. North Charleston, 06–07 февраля 2017 г. North Charleston, 2017. С. 74–76.
- 119. Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М. : Флинта, 2018. 440 с.
- 120. Мельник Г. С. Медиаобраз российского города и его представленность в массовом сознании жителей регионов / Г. С. Мельник, Н. О. Свешникова // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. 2018. № 3 (12). С. 81—93.
- 121. Митяева Ю. А. Использование социальных сетей и блогов в формировании имиджа губернаторов Юго-Западной Сибири / Ю. А. Митяева, Ю. Г. Чернышов // Известия Алтайского государственного университета. 2013. № 4 (80), т. 1. С. 281—286.
- 122. Монастырёва О. В. Методы продвижения образа страны в практике «Международного радио Китая»: функциональные и творческие характеристики вещания на русском языке: автореф. дис... канд. филол. наук : 10.01.10 / Монастырёва Ольга Валерьевна. Екатеринбург, 2011. 27 с.
- 123. Моргун В. Н. Новый имидж Сибири как необходимое звено стратегии развития / В. Н. Моргун // Сибирь: имидж медиарегиона / под ред. В. И. Супруна. Новосибирск, 2012. С. 292—303.

- 124. Морозова О. В. Речевые способы формирования образа России в российских и американских СМИ : дис. канд. ... филол. наук : 10.02.19 / Морозова Оксана Васильевна. Саратов, 2017. 150 с.
- 125. Муравьёва Ю. Е. Медиаобраз промышленного города в социальных сетях (на примере Череповца) / Ю. Е. Муравьёва // Череповецкие научные чтения 2017 : материалы всероссийской научно-практической конференции. Череповец, 21–22 ноября 2017 г. Череповец, 2018. С. 88–90.
- 126. Нестерова Н. Г. Региональный радиодискурс: аспекты изучения / Н. Г. Нестерова // Актуальные проблемы русистики. Языковые аспекты регионального существования человека: материалы международной научной конференции. Томск, 09–11 ноября 2005 г. Томск, 2006. Вып. 3. С. 435–440.
- 127. Нестерова Н. Г. Коммуникативно-прагматическая специфика спонтанного радиодискурса / Н. Г. Нестерова // Вестник Томского государственного университета.
 2009. № 318. С. 37–41.
- 128. Нестерова Н. Г. Репрезентация побудительности в спонтанном радиодискурсе / Н. Г. Нестерова // Русский язык и литература в международном образовательном пространстве: современное состояние и перспективы : материалы II Международной конференции. Гранада, 08–10 сентября 2010 г. Гранада, 2010а. Т. II. С. 200–204.
- 129. Нестерова Н. Г. Электронное послание как форма диалогического взаимодействия в радиодискурсе / Н. Г. Нестерова // Теоретические и прикладные проблемы современной лингвистики: материалы VI международной летней лингвистической школы. Кемерово, 28 июня 07 июля 2010 г. Кемерово, 2010б. С. 208—214.
- 130. Нестерова Н. Г. Коммуникативные стратегии и тактики в спонтанном радиодискурсе / Н. Г. Нестерова // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2012a. № 2 (10). C. 55-60.
- 131. Нестерова Н. Г. О характере изменений радиотекста при репрезентации его в интернете / Н. Г. Нестерова // Динамика языковых и культурых процессов в современной России: материалы III Конгресса Российского общества

- преподавателей русского языка и литературы. Санкт-Петербург, 10–13 октября 2012 г. СПб., 2012б. С. 173–176.
- 132. Нестерова Н. Г. Радиоведущий как субъект профессиональной массовой коммуникации / Н. Г. Нестерова // Мова і культура. 2012в. Вип. 15, т. IV (158). С. 178—184.
- 133. Нестерова Н. Г. Радиотекст в эфире и в интернет-версии: к проблеме передачи особенностей звучащего текста / Н. Г. Нестерова // Пушкинские чтения 2012. «Живые» традиции в литературе: жанр, автор, герой, текст : материалы XVII международной научной конференции. Санкт-Петербург, 05–06 июня 2012 г. СПб., 2012г. С. 48–51.
- 134. Нестерова Н. Г. Специфика диалогического взаимодействия в радиошоу / Н. Г. Нестерова // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения : материалы 51-й международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 23–25 апреля 2012 г. СПб., 2012д. С. 183–186.
- 135. Нестерова Н. Г. Интернет-радио как новый тип медиа и основа новых дискурсивных практик / Н. Г. Нестерова // Вестник Томского государственного университета. 2013а. № 376. С. 20–24.
- 136. Нестерова Н. Г. Радиотекст в условиях конвергенции СМИ / Н. Г. Нестерова // Вестник Томского государственного университета. Филология. 20136. № 2 (22). С. 54—65.
- 137. Нестерова Н. Г. Культурно-просветительский потенциал российского радио / Н. Г. Нестерова // Стилистика сегодня и завтра: Медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах : материалы конференции. Москва, 21–23 ноября 2014 г. М., 2014. Ч. 2. С. 271–275.
- 138. Нестерова Н. Г. Диалогическое взаимодействие участников культурнопросветительской радиопрограммы / Н. Г. Нестерова // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. 2015а. № 2 (32). С. 253—257.
- 139. Нестерова Н. Г. Методологические основы изучения культуроформирующих функций радиодискурса / Н. Г. Нестерова //

- Медиалингвистика. IV международный научно-практический семинар «Профессиональная речевая коммуникация в масс-медиа» : сборник статей. Санкт-Петербург, 18–20 апреля 2015 г. СПб, 2015б. С. 37–40.
- 140. Нестерова Н. Г. Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект) / Н. Г. Нестерова. Томск : Изд-во Том. ун-та, 2015в. 320 с.
- 141. Нестерова Н. Г. Интернет-комментарий к радиопрограмме как коммуникативная единица радиотекста / Н. Г. Нестерова // Коммуникативные исследования. 2018. № 2 (16). С. 138—151.
- 142. Нестерова Н. Г. Радиодискурс и радиотекст в условиях новых коммуникаций / Н. Г. Нестерова // Медиалингвистика. 2019. № 3. С. 382—402.
- 143. Нестерова Н. Г. Стратегия обучения в просветительском радиодискурсе / Н. Г. Нестерова, Т. Е. Арсеньева // Kalba ir kontekstai : mokslo darbai. 2011. Т. 3 (2). С. 97–106.
- 144. Нестерова Н. Г. Языковая реализация тактики привлечения внимания адресата к просветительской радиопрограмме о русском языке / Н. Г. Нестерова, Т. Е. Арсеньева // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. 2015. № 1 (31). С. 199–204.
- 145. Нестерова Н. Г. Современная радиоречь как объект лингвистического исследования / Н. Г. Нестерова, П. Н. Босый // Русский язык: исторические судьбы и современность: труды и материалы III Конгресса исследователей русского языка. Москва, 20–23 марта 2007 г. М., 2007. С. 528–529.
- 146. Нестерова Н. Г. Коммуникативная стратегия обучения русской фразеологии (на материале интернет-радиопрограммы «Смыслица») / Н. Г. Нестерова, Н. Б. Будько // Казанская наука. 2016. № 12. С. 87–89.
- 147. Нестерова Н. Г. Региональный радиодискурс как специфическое коммуникативное пространство / Н. Г. Нестерова, С. В. Фащанова // Мир науки, культуры, образования. 2016. № 6 (61). С. 418–420.
- 148. Нестерова Н. Г. Культурно-просветительские интернет-радиоресурсы в обучении РКИ / Н. Г. Нестерова, В. В. Шилина // Казанская наука. 2015. № 11. С. 173—176.

- 149. Новикова Е. В. Медиаобраз Д. Трампа в текстах немецких СМИ / Е. В. Новикова, Ж. Б. Есмурзаева, М. Л. Марус, Т. В. Шкайдерова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. -2017. N
 vert 5 (71). -C. 130-135.
- 150. Носкова О. А. Лингвокогнитивный стиль журналиста (на материале российских аналитических радиоинтервью) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Носкова Ольга Александровна. Кемерово, 2013. 26 с.
- 151. Носовец С. Г. СМИ в социальной сети «ВКонтакте»: структурная и содержательная специфика / С. Г. Носовец // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 245—255.
- 152. Носовец С. Г. Новые медиа: к определению понятия / С. Г. Носовец // Коммуникативные исследования. -2016. -№ 4 (10). C. 39–47.
- 153. Носовец С. Г. Редакционный комментарий как элемент новостного текста СМИ в социальных сетях: прагмастилистические особенности (на материале пабликов СМИ в «ВКонтакте») [Электронный ресурс] / С. Г. Носовец // Медиаскоп. 2018. Вып. 2. URL: http://www.mediascope.ru/2441 (дата обращения: 15.05.2019).
- 154. Носовец С. Г. СМИ в социальной сети «ВКонтакте»: от конвергенции к дивергенции / С. Г. Носовец, Е. Д. Сахаров // Молодёжь третьего тысячелетия: сборник научных статей. Омск, 2016. С. 616–618.
- 155. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / сост. С. И. Ожегов, Н.Ю.Шведова; под общ. ред. проф. Л. И. Скворцова. М. : Издательство «А ТЕМП», 2013.-880 с.
- 156. Орехова Е. Н. Субъективная модальность радиодискурса / Е. Н. Орехова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2014. № 6. С. 19—25.
- 157. Павлов М. А. Своеобразие жанра интернет-комментария в социальных сетях / М. А. Павлов // Наука и образование: новое время. 2017. № 2. С. 101–108.
- 158. Панасюк А. Ю. Я ваш имиджмейкер и готов сформировать Ваш профессиональный имидж / А. Ю. Панасюк. М. : Дело, 2004. 240 с.
- 159. Петрова Е. И. Интернет-СМИ и социальные сети: этапы конвергенции / Е. И. Петрова // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 128—133.

- 160. Полежаева Л. О. Сибирь как субъект цифрового медиапространства: концептологический аспект (на примере британских СМИ) / Л. О. Полежаева // Сибирское медиапространство 2020 : материалы II Международной научнопрактической конференции. Красноярск, 23–25 ноября 2017 г. Красноярск, 2017. С. 122–133.
- 161. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. М. : Рефл-бук, Киев Ваклер, 2000. 768 с. (Образовательная библиотека).
- 162. Прасолова О. В. Формирование имиджа региона в средствах массовой информации (на примере Ханты-Мансийского автономного округа Югры) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Прасолова Олеся Викторовна. Воронеж, 2010. 23 с.
- 163. Рогозина И. В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Рогозина Ирина Владимировна. Барнаул, 2003. 430 с.
- 164. 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.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2017 (дата обращения: 12.09.2018).
- 165. Родвикова Ю. С. Теле-радио-шоу в прямом эфире: региональный опыт / Ю. С. Родвикова, В. А. Тимшин // Наука сегодня: история и современность : материалы международной научно-практической конференции. Вологда, 25 октября 2017 г. Вологда, 2017. С. 27–29.
- 166. Рожанский М. Я. Байкальская Сибирь: фрагменты социокультурной карты / М. Я. Рожанский. Иркутск : Ab Imperio, 2002. 243 с.
- 167. Рустамова Д. Проблемы соблюдения этики и национальных традиций в программах радиовещания / Д. Рустамова // Вестник Таджикского национального университета. Серия филологических наук. 2017. № 4-5. С. 299—302.
- 168. Рындина О. М. Образ Сибири в коллективных переживаниях российских немцев / О. М. Рындина // Кунсткамера. -2018. -№ 2. C. 162-168.

- 169. 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: 29.06.2017).
- 170. 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.
- 171. 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. N 1 (32). C. 64-69.
- 172. 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.
- 173. 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.
- 174. Сабаева Ю. С. Этнокультурный компонент медиаобраза Сибири / Ю. С. Сабаева // Научное в лингводидактическом аспекте 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.

- 175. 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.
- 176. Самсонова А. А. Социальная сеть / А. А. Самсонова // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М., 2018. С. 413–416.
- 177. Свешникова Н. О. Особенности медиапространства федерального и регионального уровней / Н. О. Свешникова // Век информации. 2017. № 2. С. 256—257.
- 178. Сезонов Т. В. Особенности воздействия медиаобраза на аудиторию женских глянцевых журналов / Т. В. Сезонов, В. В. Барабаш // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 8. С. 207—211.
- 179. Сезонов Т. В. Гендерность как фактор специфики «мужского» медиаобраза в глянцевом журнале / Т. В. Сезонов, В. В. Барабаш // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 9. С. 304–308.
- 180. Селеменева О. А. Особенности пунктуации в текстах сетевой коммуникации (на примере комментариев в социальной сети «Вконтакте») / О. А. Селеменева // V Селищевские чтения : международный сборник научных статей, посвященный 130-летию со дня рождения А. М. Селищева. Елец, 22–23 сентября 2016 г. Елец, 2016. С. 401–406.
- 181. Сибирь: имидж мегарегиона / под ред. В. И. Супруна. Новосибирск : Фонд социо-прогностических исследований «Тренды», 2012. 364 с.
- 182. Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Сидорова Ирина Геннадьевна. Волгоград, 2014. 24 с.
- 183. Скридлевская А. С. Методы исследований языковых явлений в медиалингвистике / А. С. Скридлевская // Актуальные проблемы общей теории языка, перевода, межкультурной коммуникации и методики преподавания

- иностранных языков : сборник статей междунароной научно-практической конференции. Саранск, 05–06 февраля 2018 г. Саранск, 2018. С. 104–106.
- 184. Сладкомедова Ю. Ю. Культурно-просветительские программы на государственном радио: структурно-функциональные и жанрово-тематические особенности: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Сладкомедова Юлия Юрьевна. М., 2010. 24 с.
- 185. Смирнов Д. О. Человек и культура: диалог в медиапространстве. Опыт практической работы лаборатории медиапсихологии : презентация [Электронный ресурс] / Д. О. Смирнов // MyShared. URL: http://www.myshared.ru/slide/100228/. 13 с. (дата обращения: 23.10.2016).
- 186. Смирнов Д. О. Медиапсихология: теория, практика и перспективы развития / Д. О. Смирнов, М. В. Зубакин // Медиаобразование. 2007. № 1. С. 26—35.
- 187. Соколов Г. А. Традиционные СМИ: экспансия в социальные сети / Г. А. Соколов, В. Д. Мансурова // Труды молодых учёных Алтайского государственного университета. -2013. -№ 10. С. 320–322.
- 188. Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» / Г. Я. Солганик // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2005. № 2. С. 7—15.
- 189. Солганик Г. Я. Стилистика современного русского языка и культура речи / Г. Я. Солганик, Т. С. Дроняева. М. : Academia, 2004. 256 с.
- 190. Сушненкова И. А. Лингвокогнитивное исследование регионального имиджа (на примере Омской области): автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Сушненкова Ирина Александровна. Кемерово, 2011. 27 с.
- 191. Тарасова А. Н. Жанровое разнообразие сетевых текстов / А. Н. Тарасова // Вестник Башкирского университета. 2014. № 4. С. 1379–1382.
- 192. Таюпова О. И. Медиалингвистика как современное научное направление /
 О. И. Таюпова, Н. В. Бычковская // Российский гуманитарный журнал. 2014. № 1.
 С. 38–44.
- 193. Терских М. В. Медиаобраз сибирского региона: лингвокогнитивное моделирование / М. В. Терских, Е. Д. Малёнова. Омск : ЛИТЕРА, 2015. 160 с.

- 194. Тимохина Ю. В. Языковые средства создания медиаобраза ООН (на материале британских, американских и российских интернет-источников) / Ю. В. Тимохина // Вестник Волгоградского государственного университета. 2014. № 12. С. 97—100.
- 195. Тихонова Е. М. Визуальные медиаобразы городского будущего на страницах местного издания / Е. М. Тихонова // Журналистский ежегодник. 2014. № 3. С. 111-115.
- 196. Ухова Л. В. Коммуникации веб 2.0: возможности формирования общественного мнения в сети / Л. В. Ухова // Современные медиа : процессы и контексты : материалы III международной научно-практической конференции. Ярославль, 27 ноября 2015 г. Ярославль, 2016. С. 23–26.
- 197. Фащанова С. В. Ключевые прецедентные феномены в контексте национального менталитета (на материале радиодискурса) / С. В. Фащанова // Вестник Московского университта. Серия 22: Теория перевода. 2014. № 4. С. 124—133.
- 198. Фащанова С. В. Языковая игра в радиодискурсе: коммуникативно-прагматический аспект: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Фащанова Светлана Владимировна. Томск, 2012. 203 с.
- 199. Фащанова С. В. Языковая игра как лингвокультурный феномен в коммуникативном пространстве радиодискурса / С. В. Фащанова // Вестник Томского государственного университета.Культурология и искусствоведение. 2012. № 4 (8). С. 55—61.
- 200. 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.
- 201. Фёдоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Фёдоров. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ун-та, 2010. 64 с.
- 202. Филиппова С. В. Языковая реализация медиаобраза Рамзана Кадырова в американских СМИ / С. В. Филиппова, Л. А. Ядрихинская // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12, вып. 6. С. 410–413.

- 203. Фирулина Е. Г. Медиаобраз России в глянцевом журнале / Е. Г. Фирулина // Человек и культура. 2017. № 5. С. 29–37.
- 204. Хаминов Д. В. Создание и деятельность историко-этнологического отдела Института исследования Сибири и его роль в изучении истории, археологии и этнографии Сибирского края / Д. В. Хаминов // Вестник Томского государственного университета. 2017. № 423. С. 164–174.
- 205. Холодковская Е. В. Особенности синтаксиса англоязычного интернет-комментария социальной сети Facebook / Е. В. Холодковская // Вестник Волгоградского государственного униврерситета. Серия 2. Языкознание. 2014. № 1 (20). С. 79–83.
- 206. Хочунская Л. В. Медиаобраз как диалог ценностей / Л. В. Хочунская. М. : РУДН, 2011. 247 с.
- 207. Хочунская Л. В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект / Л. В. Хочунская // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. 2013. № 2. С. 91–95.
- 208. Цилюрик Д. Д. Образ России в современном французском политическом медиадискурсе (по материалам электронных версий ежедневных газет «Монд», «Фигаро» и «Либерасьон» за 2008–2012 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Цирюлик Дарья Дмитриевна. М., 2013. 21 с.
- 209. Цзюй Ч. Интернет-комментарий как форма оценивания гостя культурно-просветительской радиопрограммы / Ч. Цзюй // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 6 (73). С. 678—680.
- 210. Цзюй Ч. Стратегия презентации книги в культурно-просветительской радиопрограмме / Ч. Цзюй // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. № 6. С. 337—341.
- 211. Черкасова М. Н. Медиасобытие и медиаобраз с точки зрения медиалингвистики и медиакритики (на примере языка вражды) / М. Н. Черкасова // Научные ведомости. Серия гуманитарные науки. 2010. № 18 (89). С. 250–257.
- 212. Чередниченко И. Г. Международный имидж России через имидж Сибирского региона: стратегия и тактики формирования / И. Г. Чередниченко //

- Аудиовизуальные медиа в условиях трансформации социокультурной среды : материалы международной научно-практической конференции. Минск, 05 апреля 2019 г. Минск, 2019. С. 183–186.
- 213. Чернышева Т. А. Медиаобраз страны (на материале «Российской газеты») / Т. А. Чернышева // Вестник Череповецкого государственного университета. 2010. № 1. С. 63–68.
- 214. Чутчева А. В. Медиаобраз украинских военнослужащих в журнале «Русский репортёр»: в «пограничной ситуации» морального выбора / А. В. Чутчева // Журналистский ежегодник. 2013. № 3. С. 81–85.
- 215. Шакиров А. И. Трансформация журналистского текста в условиях глобализации общества / А. И. Шакиров // Учёные записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 6. С. 17—25.
- 216. Шао Д. Отражение российско-китайских отношений в русскоязычных СМИ КНР 2006—2016 гг.: образ Китая : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Шао Дэвань. М., 2017. 22 с.
- 217. Шарков Ф. И. Коммуникология : энциклопедический словарьсправочник / Ф. И. Шарков. М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. 768 с.
- 218. Шевелёв Д. Н. Осведомительная работа антибольшевистских правительств на территории Сибири в годы гражданской войны (июнь 1918 январь 1920 гг.) : автореф. дис. ... д-ра ист. наук : 07.00.02 / Шевелёв Дмитрий Николаевич. Томск, 2012. 47 с.
- 219. Шевцов В. В. Сибирь и сибиряки на страницах губернских ведомостей / В. В. Шевцов // Человек в меняющемся мире. Проблемы идентичности и социальной адаптации в истории и современности : сборник научных статей. Томск, 2015. С. 131–142.
- 220. Шепель В. М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. 382 с.
- 221. Шерстова Л. И. Тюрки и русские в Южной Сибири: этнополитические процессы и этнокультурная динамика XVII начала XX века / Л. И. Шерстова. Новосибирск, 2005. 311 с.

- 222. Шилина А. Г. Языковые средства экспликации медиаобраза женщиныполитика в андроцентрической информационно-психологической войне (на материале медиатекстов, посвященных политической деятельности Валентины Матвиенко, Юлии Тимошенко, Ангелы Меркель) / А. Г. Шилина, Н. А. Дацюк // Труды / Ростовский государственный университет путей сообщения. 2015. № 1 (30). С. 202—206.
- 223. Ширяева О. В. Медиалингвистика как междисциплинарный метод в исследовании журналистских текстов / О. В. Ширяева // Образование. Наука. Инновации: южное измерение. 2013. № 1 (27). С. 42–48.
- 224. Шмелёва Т. В. Новгородское медиаполе в зеркале дискурсивного мониторинга / Т. В. Шмелёва // Человек и язык в коммуникативном пространстве: сборник научных статей. Красноярск, 2013. С. 122–125.
- 225. Шепилова Г. Г. Поведение пользователей Facebook: исследовательский проект [Электронный ресурс] / Г. Г. Шепилова // Медиаскоп. 2012. Вып. 4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1220 (дата обращения: 15.05.2018).
- 226. Щитова Д. А. Лингвистическое моделирование имиджа в политическом дискурсе (на материале концепта вооруженная борьба) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Щитова Дарья Александровна. Томск, 2014. 185 с.
- 227. Эбру А. Языковые средства создания образа политического деятеля в американских и британских СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Эбру Аслан. М., 2017. 24 с.
- 228. Юрина Е. А. Образный строй языка / Е. А. Юрина. Томск : Изд-во Том. ун-та, 2005. 156 с.
- 229. Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / Т. Г. Ашуркова, Г. П. Байгарина, Е. Г. Борисова [и др.]; отв. ред. М. Н. Володина. М.: Академический Проект, 2011. 332 с. (Gaudeamus).
- 230. Approaches to Media Discourse / ed. by A. Bell, P. Garrett. Blackwell, 1998. 304 p.
- 231. Bell A. Language and the media / A. Bell // Annual Review of Applied Linguistics. Cambridge, 1995. № 15. P. 23–41.

- 232. Crisell A. Understanding Radio / A. Crisell. 2 ed. London : Taylor and Francis Group, 2001. 259 p. (Studies in culture and communication).
- 233. Dobrosklonskaya T. G. Media linguistics: theory and methods of studying language in the media / T. G. Dobrosklonskaya // Медиалингвистика. 2014. N_{\odot} 2 (5). P. 7–15.
- 234. van Dijk Teun A. News as discourse / Teun A. van Dijk. NY : Hillsdale, $1988.-210~\mathrm{p}.$
- 235. Volkova E. V. Analysis of professional image communication in media discourse [Electronic resource] / E. V. Volkova // Journal of Economics and Social Sciences. − 2018. − № 13. − 5 p. − URL: http://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/52267/1/jess-62-295.pdf (access date: 29.07.2019).

Приложение А

Проанализированные выпуски монологических радиопрограмм (радиостанция «Радио Сибирь»)

Приложение включает наименования выпусков соответствующих программ и соотносит с конкретным регионом Сибири, тем самым восполняя недостающую информацию к текстовым иллюстрациям в главах 2 и 3.

- 1. Большая страна. Следуй за нами! Томская писаница (Кемеровская область)
- 2. Большая страна. Следуй за нами! Река Деринг-Юрях (Республика Якутия)
- 3. Большая страна. Следуй за нами! Гора Борус (Красноярский край)
- 4. Большая страна. Следуй за нами! Долина Кызыл-Чын (Республика Алтай)
- 5. Большая страна. Следуй за нами! Долина Ярлу (Республика Алтай)
- 6. Большая страна. Следуй за нами! Долина семи озёр (Алтайский край)
- 7. Большая страна. Следуй за нами! Аникин камень (Кемеровская область)
- 8. Большая страна. Следуй за нами! Хамар-Дабан (Иркутская область)
- 9. Большая страна. Следуй за нами! Дорога Чингисхана (Республика Тува)
- 10. Большая страна. Следуй за нами! Андреевские озёра (Тюменская область)
- 11. Большая страна. Следуй за нами! Чульчинский водопад (Республика Алтай)
- 12. Большая страна. Следуй за нами! Сулекская писаница (Республика Хакасия)
- 13. Большая страна. Следуй за нами! Хребет Кодар (Забайкальский край)
- 14. Большая страна. Следуй за нами! Джумалинские ключи (Алтайский край)
- 15. Большая страна. Следуй за нами! Кузнецкий Алатау (Кемеровская область)
- 16. Большая страна. Следуй за нами! Река Томь (Кемеровская область)
- 17. Большая страна. Следуй за нами! Бутылочная скала (Республика Якутия)
- 18. Большая страна. Следуй за нами! Урочище Провал земли (Омская область)
- 19. Большая страна. Следуй за нами! Ледник Булуус (Республика Якутия)
- 20. Большая страна. Следуй за нами! Новосибирские острова (Республика Якутия)
- 21. Большая страна. Следуй за нами! Даурские степи (Забайкальский край)
- 22. Большая страна. Следуй за нами! Долина вулканов (Республика Бурятия)
- 23. Большая страна. Следуй за нами! Ининский сад камней (Республика Бурятия)
- 24. Большая страна. Следуй за нами! Озеро Дус-Холь (Республика Тува)
- 25. Большая страна. Следуй за нами! Алханай (Забайкальский край)
- 26. Большая страна. Следуй за нами! Белуха (Республика Алтай)
- 27. Большая страна. Следуй за нами! Великий исток (Забайкальский край)
- 28. Большая страна. Следуй за нами! Гора Кисилях (Республика Якутия)
- 29. Большая страна. Следуй за нами! Ленские столбы (Республика Якутия)
- 30. Легенды Сибири. Могильный мыс (Томская область)
- 31. Легенды Сибири. Молебский треугольник (Пермский край)
- 32. Легенды Сибири. Озеро Данилово (Омская область)
- 33. Легенды Сибири. Мыс Рытый (Республика Бурятия)
- 34. Легенды Сибири. Деревня Елизавета (Красноярский край)
- 35. Легенды Сибири. Азасская пещера (Кемеровская область)
- 36. Легенды Сибири. Тунгусская версия (Красноярский край)
- 37. Легенды Сибири. Тобольское заболотье (Тюменская область)
- 38. Легенды Сибири. Кровавый туман (Красноярский край)

- 39. Легенды Сибири. Чёртова поляна (Красноярский край)
- 40. Легенды Сибири. Леший (Кемеровская область)
- 41. Легенды Сибири. Томские катакомбы (Томская область)
- 42. Легенды Сибири. Город Грустина (Томская область)
- 43. Легенды Сибири. Видимское урочище (Иркутская область)
- 44. Легенды Сибири. Забульдинский конус (Иркутская область)
- 45. Легенды Сибири. Лабынкыр (Республика Якутия)
- 46. Легенды Сибири. Полусские мумии (Ямало-Ненецкий автономный)
- 47. Легенды Сибири. Витимские эпицентры (Иркутская область)
- 48. Легенды Сибири. Принцесса Укока (Республика Алтай)
- 49. Легенды Сибири. Ыгаатский водопой (Республика Якутия)
- 50. Легенды Сибири. Богучанские шары (Иркутская область)
- 51. Легенды Сибири. Чёртово кладбище (Красноярская
- 52. Легенды Сибири. Кольца Байкала (Республика Тува)
- 53. Легенды Сибири. Мамонты
- 54. Легенды Сибири. Мангазейя
- 55. Легенды Сибири. Загадочный паровоз (Кемеровская область)
- 56. Легенды Сибири. Элгыгыткин. (Чукотский автономный округ)
- 57. Легенды Сибири. Пор-бажын (Республика Тува)
- 58. Легенды Сибири. Мумия в Омске (Омская область)
- 59. Легенды Сибири. Подземный дворец (Тюменская область)
- 60. Легенды Сибири. Мыс Хобой (Республика Бурятия)
- 61. Легенды Сибири. Лагерь (Республика Якутия)
- 62. Легенды Сибири. Колыван (Новосибирская область)
- 63. Легенды Сибири. НЛО над тайгой (Амурская область)
- 64. Легенды Сибири. Тьма (Ямало-Ненецкий автономный округ)
- 65. Легенды Сибири. Соболохо (Республика Бурятия)
- 66. Легенды Сибири. Долина Кырен (Республика Бурятия)
- 67. Легенды Сибири. Бронзовая чаша (Республика Тува)
- 68. Легенды Сибири. Новосибирский оперный театр (Новосибирская область)
- 69. Легенды Сибири. Инопланетяне

Приложение Б

Материалы к учебно-методическому пособию «Образ Сибири на уроках РКИ»

Приложение предназначено для демонстрации практической значимости диссертационного исследования и перспектив развития аспекта, связанного с медиаобразованием на материале текстов о Сибири.

Пояснительная записка

В формировании коммуникативной компетенции иностранца ключевое значение играют социокультурные знания о России. Особую значимость в процессе обучения русскому языку как иностранному приобретает обращение к региональной информации. Восполняя пробелы учебных пособий, включающих преимущественно тексты о центральных городах России и значительно реже о других её регионах, исследователи актуализируют проблему создания учебников для иностранных студентов на региональном материале [Хохлина, 2008; Курбангалеева, 2016; Дишкант, Юань, 2018 и др.].

Работа с медиатекстом занимает значимое место в практике преподавания русского языка как иностранного на всех этапах обучения. Особое внимание отводится просветительским медиатекстам: «Они не рассчитаны на получение систематических знаний в той или иной отрасли, но стимулируют интерес к данной проблематике» [Сладкомедова 2010, с. 11], и значит, развивают познавательную сферу обучающихся.

Применение культурно-просветительских медиатекстов в обучении русскому языку как иностранному является одной из приоритетных стратегией томских лингвистов (см.: Т. Е. Арсеньева [2013]; Н. Г. Нестерова, В. В. Шилина [2015]; Н. Б. Будько, Н. Г. Нестерова [2016]; С. В. Фащанова, Ч. Цзюй [2017]; Ю. С. Сабаева [2018в, 2018г]). Разрабатываемое учебно-методическое пособие находится в русле указанных лингвометодических работ.

Тема 1: «Знакомимся с Сибирью»

План практического занятия

Уровень: В1

Цель занятия: познакомить иностранных учащихся с базовой информацией о Сибирском регионе, с целью формирования и развития у них страноведческой, языковой и коммуникативной компетенций.

Задачи:

- 1) Познакомить иностранных учащихся с наименованиями городов и отдельных регионов Сибири;
 - 2) Расширить их лексическую базу по теме «Природа Сибири»;
- 3) Совершенствовать навыки работы со звучащим текстом (на примере радиотекста);
 - 4) Совершенствовать навыки построения связной устной речи.

Материалы:

- выпуски радиопрограммы «Большая страна. Следуй за нами!» («Томь», «Долина семи озёр», «Бутылочная гора», «Хребет Кодар», «Чульчинский водопад», «Долина Кызыл Чын») радиостанции «Радио Сибирь» (http://radiosibir.ru/rgo);
 - материалы радиопроекта «Про Сибирь» (https://radiosibir.ru/node/9945);
 - презентация Power Point по теме «Знакомимся с Сибирью».

План практического занятия:

- 1) Знакомство с темой: отработка опорной лексики, актуализация фоновых знаний о Сибирском регионе.
- 2) Работа с новой лексикой и грамматикой (подготовка к аудированию, выполнение предтекстовых заданий).
- 3) Работа с аудиотекстом «Большая страна. Следуй за нами!» («Томь») (прослушивание и выполнение послетекстовых заданий).
 - 4) Сообщение дополнительной информации в игровой форме.
 - 5) Обсуждение темы «Мои путешествия по Сибири».
 - 6) Объяснение домашнего задания.

Работаем с лексикой и грамматикой

Задание 1. Посмотрите на карту Сибири. Скажите, в каких регионах вам уже удалось побывать?



Новые слова

Сибирский регион

Область

Республика

Граница

Столица

Тайга

Река: течение, бассейн, приток,

исток, устье

Сибирь: Западная, Восточная

Урал

Абакан

Кемерово

Юрга

Новокузнецк

Междуреченск

Задание 2. Подберите синонимы и антонимы к следующим словам:

Слово	Синоним	Антоним
Начало (у реки)		
Древний		
Спокойный (о течении реки)		
Уникальный		
Удачно		
Отдыхать		
Обогащать		
Привлекать (внимание)		

Cool amail
Привлекать (внимание)
Задание 3. Образуйте имена прилагательные от данных существительных
Гора –
Природа —
Равнина —
Скала —
Сибирь –
Работаем с аудио
Задание 4. Послушайте аудиозапись о реке Томь и впишите
пропущенные слова (слова из задания 1 раздела ЛЕКСИКА помогут вам).
Берёт своё (начало) Томь на заболоченном западном склоне
Абаканского хребта, переваливаясь через пороги и перекаты, она ведёт себя, как
чисто <i>(горная)</i> река с бурным <i>(течением)</i> , по
берегам которой, часто можно встретить очень много
(скалистых) обрывов, поросших (тайгой). После выхода из горной
местности, Томь превращается в типичную равнинную реку с величавым
(спокойным) течением, потрясающими природными
(пейзажами). Вдоль побережья расположились и красивые
(сибирские) города: Междуреченск, Новокузнецк, Кемерово,
Юрга, Томск и многие другие. Томь ещё с советских времён имела большое

народно-хозяйственное значение. Относительно реки строились разные проекты,		
однако многие оказались не перспективными и в наши дни были забыты. Сейчас		
река (<i>привлекает</i>) людей не только красивыми пейзажами, но		
и возможностью отдохнуть, <i>(обогатить)</i> свой внутренний мир.		
Недалеко от Кемерово расположился (уникальный)		
исторический уголок природы и истории – «Томская Писаница». Его главной		
достопримечательностью является отвесная скала с		
(древними) рисунками первобытных людей, возраст которых равен примерно		
шести тысячам лет. В пойме реки расположились (дачи), садовые		
участки, лагеря и базы (отдыха). Здесь можно удачно порыбачить,		
ведь в реке водятся: язи, плотва, щуки, окуни и многие другие виды рыб.		

Задание 5. Ответьте на вопросы:

- 1) Где берёт своё начало Томь?
- 2) Какие города расположены на берегах Томи?
- 3) Почему Томь привлекает внимание туристов?
- 4) Что такое «Томская писаница»? Где она расположена?
- 5) Что является главной достопримечательностью «Томской писаницы»?

Задание 6. С помощью каких слов и конструкций описывается Томь? Выпишите их:



Река Томь

<u>Давайте поговорим</u>

Задание 7. Ответьте на вопросы:

Какие русские города вы знаете? Где они находятся?

Какие сибирские города вы уже посещали, а в какие хотели бы поехать? Почему? Задание 8. Знаете ли вы? Посмотрите на слайды и попробуйте отгадать, о каких городах и местах Сибири идёт речь.

- 1) Где в Сибири растут каменные грибы? (Республика Алтай)
- 2) Где находится самое глубокое озеро на Земле? (Байкал Республика Бурятия)
 - 3) Где изобрели первый персональный компьютер? (Омск)
 - 4) Где можно пройти по границе Урала и Сибири? (Челябинск)
- 5) Какой город получил неофициальное название «Сибирские Афины»? (Томск)

Задание 9. Посмотрите фото известных природных объектов, расположенных в Сибирском регионе. О каких из них вы слышали или уже посещали? Если нет, то куда бы хотели поехать?



Домашнее задание

Задание 1. Прочитайте легенду о реке Томь. Подумайте и ответьте на вопросы после текста.

Легенда о Томе

Славился князь Тоян не богатствами, не многочисленным войском, не лихими набегами, а миролюбием, рассудительностью и заботой о благе родного племени. Была у него сестра Тома. Много было красавиц в округе, но все они тускнели рядом с молодой княжной, как звезды при луне. И как не спрятать в чистом небе полную луну, так не скрыть было ее красоты. Из далеких мест приезжали женихи, но Тома давно уже отдала сердце молодому Ушаю, самому лихому наезднику, удачливому охотнику и рыболову.

Прослышал о Томе хан Тайшан. Шла за ним мрачная слава: много мирных жителей взял он в плен, непокорных беспощадно убивал. Приехал хан к Тояну с дорогими подарками и сватами. Но Тома отказалась выйти за него замуж. Разозлившись, Тайшан взял ее в плен, а вставших на защиту Томы воинов убил.

Привез калмыцкий хан красавицу княжну к себе на Алтай, и заточил в высокой башне над каменистым ущельем. Оставшись одна, горько заплакала гордая Тома. Эхом отозвался в горах ее скорбный плач. И содрогнулись горы, заплакали вместе с ней — полились по ущелью прозрачные ключи. Залились слезами небесные тучи, заклекотал, зарыдал орел, круживший над ущельем, и к утру доверху наполнилась слезами огромная скалистая чаша. Не захотевшая подчиняться хану, Тома бросилась из окна прямо в ущелье меж скал. Сотряслись горы, содрогнулась каменная чаша, выплеснулась из нее вода и затопила дворец Тайшана. А освобожденный дух Томы, вырвавшись из плена, вместе с водным потоком помчался на север, к родной земле.

В память о ней назвали реку Томь, текущую с гор Алтая. По имени реки назван город Томск, выросшего на месте древнего стойбища Тояна (по тексту: Томские сказки, 2013).

Комментарии:

Алтай — территория современной республики Алтай, расположенной на юге Западной Сибири.

Тайшан — по преданиям и легендам жестокий калмыцкий хан, порабощавший народы Сибири.

Toma — по преданиям и легендам так звали сестру татарского князя Тояна (в некоторых источниках жена Тояна), в честь которой названа река Томь и город Томск.

Томь – река в Западной Сибири, впадает в Обь.

Тоян (**Таян**) — князь небольшого татарского племени эушта, жившего в XVII веке на берегах реки Томи в районе современного города Томска.

Ответьте на вопросы:

- 1) Чем был знаменит Тоян? Опишите его характер.
- 2) Какой была Тома?
- 3) С чем сравнивается ее красота?
- 4) Кого любила Тома? Каким показан Ушай?
- 5) Кто такой Тайшан?
- 6) Что он сделал, когда Тома отказалась выходить за него замуж?
- 7) Кто в легенде плачет, сочувствуя Томе?
- 8) Как Тома вырвалась из плена Тайшана?
- 9) В честь кого назван город Томск?
- 10) Кто из героев легенды больше всех понравился вам, а кто меньше всех? Почему?

Задание 2. Прослушайте аудиозаписи радиопрограммы «Большая страна. Следуй за нами!» о достопримечательностях Сибири (задание 9). Выберите одно и подготовьте устное сообщение на основе полученной информации.

Ссылка на аудио: http://radiosibir.ru/rgo

Тема 2: «Здравствуйте, соседи!»

План практического занятия

Уровень: В1

Цель занятия: познакомить иностранных учащихся с информацией об основных народностях, проживающих на территории Сибирского региона и в частности, с культурой татар в Томской области, с целью формирования и развития у них страноведческой, языковой и коммуникативной компетенций.

Задачи:

- 1) Познакомить иностранных учащихся с наименованиями народностей Сибири;
 - 2) Расширить их лексическую базу по теме «Население России»;
- 3) Совершенствовать навыки работы со звучащим текстом (на примере радиотекста);
 - 4) Совершенствовать навыки построения связной устной речи.

Материалы:

- видеосюжет «Томские татары собрались на Сабантуй» (01:56 от 17 июля 2017 г.) (Томск. Томское время. Режим доступа: https://yandex.ru/video/search?filmId=7360920201583028897&text=o%20томских%2 0татарах%20в%20сми);
- выпуск радиопрограммы «Здравствуйте, соседи!» (Фестиваль татарской культуры). Режим доступа: https://www.tvtomsk.ru/radio_russia/35927-festival-tatarskoy-kultury-2018.html;
- материалы проектов «Сибирь и точка», «Уголки Сибири» (http://siberiadot.ru; https://insiberia.com);
 - презентация Power Point по теме «Национальности Сибири».

План практического занятия:

- 1) Знакомство с темой: отработка опорной лексики, актуализация фоновых знаний о Сибирском регионе.
- 2) Работа с новой лексикой и грамматикой (подготовка к восприятию новостей, выполнение предтекстовых заданий).
- 3) Подготовка к просмотру видеосюжета (выполнение заданий перед просмотром)
- 4) Работа с видеосюжетом (просмотр и выполнение заданий после просмотра).
 - 5) Объяснение домашнего задания.

Работаем с лексикой и грамматикой

Новые слова



Задание 2. Составьте пары слов (регион – житель: Томск – томич). Вы знаете, где находятся эти места? Найдите данные регионы на карте и впишите их.

Томск – томич;

Алтай, якуты, Тува, Хакасия, тувинцы, Бурятия, алтайцы, Якутия, буряты, хакасы.



Работаем с видео

Задание 1. Ответьте на вопросы:

- 1) Какие народности живут в Томске?
- 2) Какие их национальные праздники вы знаете?
- 3) Что вам известно о быте, жизни, истории томских татар?

Задание 2. Найдите значения незнакомых слов по словарю: Сабантуй, диаспора, эуштинцы, челобитная, Эушта, Чёрная речка.

Задание 3. Составьте предложения с данными глаголами:

1) Бороться	
2) Воспитывать	
3) Объединять	
4) Оценивать	
5) Повышать	
6) Потерять	

7) Сохранять

Задание 4. Ответьте на вопросы после просмотра видеосюжета «Томские татары отметили Сабантуй»:

- 1) Что такое Сабантуй? Когда его празднуют?
- 2) Что принято делать на этот праздник?
- 3) В какие игры играют на Сабантуй?
- 4) Где в Томске обычно празднуют этот праздник?
- 5) Что увидели на празднике томичи?

с концом богоборческих времён.

- 6) Как вы понимаете выражение «дружба народов»?
- 7) Сколько лет назад татары отправили челобитную в Москву о приёме их в русское подданство?

Задание 5. Прослушайте видеозапись ещё раз. Впишите пропущенные слова.

ьорьба на поясах, покорение столба, конные состязания.
(<i>Сабантуй</i>) на Томской земле по традиции проходит ярко. Развлечения на свой
вкус мог выбрать и стар, и млад. Подрастающее поколение спасалось от жары в
местном озере и соревновалось в точности. Те, кто постарше
(<i>оценивали</i>) музыкальные таланты представителей (<i>диаспор</i>).
Афсалладин Ахмедов (представитель Союза народов Дагестана
Томской области): Посмотрите, борьба. Здесь киргизы ребята. На
танцевальной площадке дагестанский ансамбль выступал, и там дальше
национальные кухни. Там можно встретить азербайджанцев, таджиков. Вот
это и есть (дружба народов). Для единства нужны такие
праздники. Сабантуй он (объединяет) народы.
Ахтам Сулейманов – коренной эуштинец, (молодость) и
зрелость провёл в форме участкового милиционер, (<i>боролся</i>) с
преступностью в Казанке, Батурине, Вершинине и Ярском. Утверждает в прежние

времена хулиганов было намного больше. Перелом в сознании ветеран связывает

175
Ахтам Сулейманов (ветеран органов внутренних дел): Надо людей
(воспитывать), приучать к вере. Вера дисциплинирует
человека. Он становится более культурным. Культурный уровень
(повышается), уважение друг к другу, этика, эстетика поведения меняется у
человека, и преступников у нас в деревне сейчас вообще нет. Все хорошо живут,
друг друга уважают.
Алия Сулейманова (участница танцевального ансамбля Центра
татарской культуры): Нужно (сохранять) свои традиции,
потому что человек должен знать кто он и откуда. Если он это
(потеряет), соответственно, мне кажется, у него нет будущего.
В черте города и в пределах Томского района не одна и не две татарские
деревни. Чтобы как можно больше жителей смогли обзавестись праздничным
настроением в этом году Сабантуй решили провести в Эуште и Чёрной речке.
Происходившее в Эуште имело и (символическое) значение,
ведь именно отсюда в Москву ушла челобитная о приёме местных татар в русское
подданство. Четыре сотни лет спустя (единение) двух
народов и их соседей только окрепло.
Задание 6. Рассмотрите фотографии с празднования Сабантуя-2017
в Эуште. Есть ли в вашей стране похожие праздники? Что принято делать
на этот праздник?











Домашнее задание

Задание 1. Познакомьтесь с материалами проектов «Уголки Сибири», «Сибирь и точка» о национальной кухне народностей, проживающих на территории Сибири. Подготовьте небольшие сообщения о самых интересных блюдах, которые вы хотели бы попробовать.

http://siberiadot.ru/sibir-na-tarelke;

https://insiberia.com/ru/blog/nacionalnaya-kuxnya-narodov-sibiri/

Задание 2. Прослушайте выпуск радиопрограммы «Здравствуйте, соседи!» и ответьте на вопросы.

- 1) Что нового вы узнали о жизни татаров?
- 2) Кто пришёл в гости в студию программы?
- 3) Из каких частей состоял конкурс «Татарская краса»?
- 4) Что читает девушка, победительница конкурса «Татарская краса» в эфире программы?

Тема 3: «Легенды Сибири»

План практического занятия

Цель: познакомить иностранных студентов с легендами Сибири с целью формирования и развития их коммуникативной и культурологической компетенций.

Задачи:

- отобрать основные легенды для ознакомления;
- составить классификацию легенд;
- познакомить иностранных студентов с разными легендами (рассказать,
 пересказать);
 - выделить основные черты легенд.

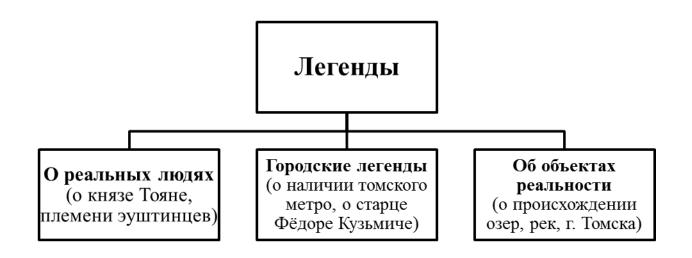
1 этап. Ведение: знакомство с темой.

Постановка вопросов: что такое легенда? каковы ее основные черты? какие легенды вы знаете? Вы слышали какие-нибудь легенды о г. Томске?

Легенда — это жанр несказочной прозы, фантастически осмысляющий события, связываемые с явлениями живой и неживой природы, миром людей, сверхестественными существами. В основе фольклорных легенд лежит представление о чуде, воспринимаемом как достоверность, что определяет их структуру, систему образов, поэтику. В отличие от мифов, легенды независимы от ритуала, в отличие от преданий, события легенд протекают одновременно в прошлом, настоящем и будущем [Литературная энциклопедия терминов и понятий, 2001, с. 432-433].

На основе данного определения выделить основные черты легенд:

- фантастичность, вымышленность;
- восприятие легенды как достоверности;
- события легенды одновременно протекают в прошлом, настоящем и будущем.
- **2** этап. Работа со схемой «Классификация легенд о г. Томске»: студенты, опираясь на свои собственные знания и на новую информацию, под руководством преподавателя заполняют схему.



3 этап. Работа с аудио (выпуск программы «Легенды Сибири» — Могильный мыс).

Предтекстовые задания:

1) Переведите незнакомые слова и имена собственные, обратившись к словарям: пристанище, болото, кедр, аномалия, гном, экспедиция, очевидец,

могильный; Сибирь, Чаинский район, Томская область, посёлок Восточное, река Чулым.

- 2) Подберите существительные к следующим определениям: *древний*, *вековой*, *уникальный*, *загадочный*, *глубокий*.
- 3) Образуйте имена прилагательные от существительных: *город, загадка, место, наука, небо, страх*.
- 4) Определите, от каких слов образовались данные ниже слова, составьте с ними словосочетания: *безотчётный, близлежащий, исследовавший, многочисленный.*

Послетекстовые задания:

- 1) Переведите данные обороты на китайский язык, составьте с ними предложения: насладиться природой; царит тишина; твердить в один голос; искать следы (чего?).
- 2) Преобразуйте предложения со словом *который* в предложения с причастными оборотами. Переведите полученные предложения на китайский язык:
- 1. На нём растут древние кедры, которые даже днём не пропускают солнечный свет, и царит тишина абсолютная.
- 2. 26 февраля 1984 года над территорией Томской области многочисленными очевидцами был зафиксирован взрыв яркого объекта с хвостом оранжевого цвета, который вскоре получил официальное название «Томский болид».
- 3. Единственное, что мешает им безотчётный страх, который испытывает каждый, кто был в этом месте.
- 3) Переведите предложения на китайский язык, приведите свои примеры предложений с конструкцией (кто?) называет (что? как?):
- 1. Учёные называют это место «Чаинской аномалией», местные жители «Могильным мысом».
 - 2. Рыбу эту называют «чёрной». Её никто не ловит.
- 3. Местные жители называют их «гномами», и считают, что они живут в вековых кедрах.

Догадайтесь, какие реальные объекты, расположенные в Сибири, называются так: *«Сибирские Афины», «Жемчужина Сибири»?* Приведите свои примеры.

4) Найдите в данном тексте слова и конструкции, с помощью которых описывается Сибирь. А какой рисуется Сибирь в ваших представлениях? Есть ли что-то общее между образом Сибири в тексте и в ваших личных представлениях?