

Н.Г. Нестерова, Ю.С. Сабаяева

ПУБЛИЧНАЯ СТРАНИЦА РАДИОСТАНЦИИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ КАК ТЕКСТ В СТРУКТУРЕ РАДИОДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ ПУБЛИЧНОЙ СТРАНИЦЫ «РАДИО СИБИРЬ» В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»)

Статья подготовлена в рамках проекта РФФИ, грант № 17-29-09132.

Обосновывается идея, в соответствии с которой публичная страница радиостанции в социальной сети представляет собой текст в структуре гиперрадиотекста и радиодискурса. Особенности публичной страницы как текста рассматриваются через следующие параметры: дискурсивные практики, структурная и коммуникативная включенность в радиодискурс, цель создания, форма создания и функционирования, тематическое единство, жанровые и лингвопрагматические особенности, роль автора и адресата.

Ключевые слова: публичная страница радиостанции; социальная сеть; текст; радиодискурс; новые дискурсивные практики.

Постановка проблемы

«Сегодня нельзя изучать язык, не изучая текст. А текст нельзя изучать традиционно, одно- или двусторонне: текст сдал объемным, трехмерным. Значит, и методы изучения, «препарирования» текста должны быть другими. Тем более это характерно для такого сложного социально-коммуникативного явления, как журналистский текст» [1. С. 6–7]. Строки из опубликованной тринадцать лет тому назад монографии В.В. Богуславской сегодня приобрели еще большую актуальность, обусловленную конвергенцией СМИ и развитием новых медиакоммуникаций.

Одно из существенных изменений в функционировании традиционных СМИ связано с тем, что в XXI в. они идут по пути развития своей деятельности в интернете, и прежде всего в социальных сетях. Об активном интересе к процессу и результатам такой интеграции свидетельствуют междисциплинарные исследования зарубежных и российских учёных: в их числе Н. Ньюман, М. Джерф-Пьер, М. Герсетти, У. Хедман, М. Ласковская, В.А. Бейненсон, Л.Р. Ибрагимова и др. [2–6]. Так, Б.В. Лебедевой рассматриваются способы взаимодействия традиционных СМИ и Интернета на примере сайтов и страниц изданий в социальных сетях [7]. Е.А. Малейной отмечается, что социальные сети «существенно расширяют платформы и инструменты для продвижения традиционных медиа» [8. С. 197]. По мнению В.Д. Мансуровой, в век цифровых технологий взаимодействие СМИ с социальными сетями «является залогом эффективной деятельности средств массовой информации и журналистов» [9. С. 7]. Л.К. Лободенко и И.М. Баштанар изучают трансформации медиаконтента интернет-СМИ в социальных сетях [10], Е.Ю. Немчиновой проводится анализ функционирования групп теле- и радиопрограмм в социальной сети «ВКонтакте» [11].

Мониторинг популярных социальных сетей «ВКонтакте», «Инстаграм», Facebook показал наличие публичной страницы (паблика)¹ практически у каждого электронного и печатного СМИ, как государственного, так и регионального. Иметь публичную страницу «ВКонтакте» или Facebook стало потребностью,

обеспечивающей успешное функционирование нового поколения СМИ. В публикациях А.А. Журавлёвой, А.А. Присяжнюк, посвященных вопросу взаимодействия современного радио с соцсетями, обсуждаются наиболее эффективные приемы связи с аудиторией разных социальных сетей и интернет-платформ (на примере YouTube, «ВКонтакте», «Инстаграм») [12, 13]; М.В. Исаковой описываются способы продвижения бренда музыкально-информационных радиостанций посредством социальных сетей [14].

Теоретиков и практиков журналистики интересует роль интеграции СМИ и социальных сетей в реализации стратегических задач средств массовой коммуникации – информирования и воздействия. Для лингвиста формы взаимодействия традиционных СМИ с новыми медиа актуализируют вопрос о влиянии интеграционных процессов на изменения в медиадискурсе и ключевой его единице медиатексте (см. подробнее об этом: [15]), а также на появление в медийном пространстве новых типов текста.

Актуальность обращения к радио в рамках обсуждаемой проблемы обусловлена существенными трансформациями в радиокоммуникации, детерминированными развитием новых медиа. Они привели к расширению участников радиодискурса, изменению характера взаимодействия радио с адресатом, появлению новых способов презентации контента. Отмеченные процессы закономерно отразились на структурных, содержательных и коммуникативных признаках радиодискурса и радиотекста и потребовали новых подходов к их осмыслению. Заявленная проблема вписывается в приоритетные направления коммуникативной лингвистики и медиалингвистики – активно развивающегося нового научного направления, изучающего язык средств массовой коммуникации.

В результате взаимодействия радио с социальными сетями в радиопространстве появился новый феномен – публичная страница (ПС) конкретной радиостанции. При обозначившемся научном интересе к проблеме интеграции СМИ и социальных сетей вопрос о соотносительности ПС с радиотекстом и радиодискурсом не отмечен специальным вниманием, не определен статус данного феномена. В ходе исследо-

вания в научной литературе нам не встретились работы, в которых объектом анализа стала бы ПС как текст. Таким образом, новизна исследования состоит в новом объекте, рассматриваемом с позиций лингвистики: публичная страница радиостанции обосновывается как текст в структуре гиперрадиотекста, функционирующий в пространстве радиодискурса.

Цель статьи – описать признаки ПС радиостанции в социальной сети как разновидности радиотекста, появившейся в условиях развития новых медиакоммуникаций и новых дискурсивных практик.

Материалы и методы

Источником эмпирического материала послужили ПС «Радио Сибирь. Томск», «Радио Сибирь. Омск», «Радио Сибирь. Чита» в соцсети «ВКонтакте». Выбор социальной сети обусловлен ее популярностью и взаимодействием со СМИ, в том числе с радио. ПС радиостанции «Радио Сибирь» в социальной сети «ВКонтакте» представляет собой современную коммуникационную платформу, на которой реализуется активный диалог между радиоведущим и адресатом. К анализу привлечены посты, отобранные по хештегам *#МолодаяМузыкаСибири*, *#ММС*, *#РадиоСибирь*, *#ТемаДня*, *#ФанСектор* и связанные с постами записи радиоэфира. Иллюстративный материал составили фрагменты текстов, представленных на ПС указанных точек вещания.

Настоящее исследование выполнено в русле нового вектора медиалингвистики – лингвистики гипермедiateкста (медиалингвистической суррологии), обоснованного в работах Л.Р. Дускаевой [16. С. 20]. Будучи обращенной к изучению лингвистической организации медиапотока, лингвистика гипермедiateкста «расширяет подход к медиатексту и коммуникации, актуализируя тенденцию к пересмотру традиционного для лингвистики подхода к тексту как целостной структуре с графически обозначенными границами начала и конца. Ее интересует, как проявляется в отдельном тексте его связь с другими – ранее созданными и последующими» [16. С. 20]. Анализ публичной страницы радиостанции как текста в структуре радиодискурса стал новым этапом изучения этой разновидности медиадискурса с учетом особенностей ее функционирования в информационно-коммуникационных условиях XXI в.

Основным методом исследования выступил дискурсивный анализ, обеспечивший выявление базовых признаков изучаемого текста. При аргументации включения в дискурсивное поле радиодискурса текстов, реализующихся в разных формах существования, применен метод медиалингвистического анализа: он заключается в выявлении способа создания медиатекста, в «описании закономерностей взаимодействия вербального и медийного уровней медиатекста» [17. С. 51], его восприятия и канала распространения. При выявлении прагматических смыслов языковых единиц применялся метод интен-анализа, суть которого состоит в переводе конкретного речевого материала в форму коммуникативных намерений адресанта. Лингвистический анализ позволил описать специфические

языковые единицы изучаемого текста, метаязыковые маркеры, способствующие включению микротекстов в макротекст и в общее коммуникативное пространство радиодискурса. Обобщение промежуточных и итоговых наблюдений осуществлено посредством метода научного описания в совокупности основных приемов: наблюдения, обобщения, систематизации.

Анализ

В качестве параметров описания ПС как единицы гиперрадиотекста и радиодискурса в данной статье избраны следующие: дискурсивные практики, цель создания ПС, структурная и коммуникативная включенность ПС радиостанции в гиперрадиотекст и радиодискурс, тематическое единство ПС и эфирного текста, роль автора, роль адресата, форма создания и функционирования ПС, жанровая специфика составляющих ПС микротекстов, лингвопрагматические средства.

Дискурсивные практики. Параметры, предложенные для описания ПС как разновидности радиотекста, связаны с новыми дискурсивными практиками. Это находит отражение в процессе описания ПС через все выделенные параметры, что подтверждает анализ эмпирического материала. Здесь лишь подчеркнем значимость данного фактора.

Цель создания публичной страницы. Целью создания публичной страницы является повышение рейтинга радиостанции за счёт продвижения контента. Это достигается посредством увеличения числа слушателей, которое, в свою очередь, осуществляется благодаря расширению форм интерактивности. В настоящее время «Радио Сибирь» в разных городах имеет свою ПС в социальной сети «ВКонтакте». Согласно отраслевому докладу Федерального агентства по вопросам печати и массовым коммуникациям об основных тенденциях и перспективах развития радиовещания в России в 2019 г. число подписчиков на официальные аккаунты радиостанции «Радио Сибирь» в разных городах вещания с каждым годом увеличивается. Для сравнения приведем следующие данные: в 2017 г. число подписчиков на аккаунт радиостанции «Радио Сибирь. Омск» составляло 20 223, в 2018 г. увеличилось до 23 425, в 2019 – до 23 630². Сегодня количество подписчиков на паблик «Радио Сибирь. Омск» составляет 23 632 человека.

Структурная и коммуникативная включенность публичной страницы радиостанции в гиперрадиотекст и – шире – в радиодискурс является одним из важнейших параметров в характеристике ПС как текста. ПС и радиотекст находятся в отношениях включенности как часть и целое. Такой подход коррелирует с разрабатываемой авторами статьи и в целом одобренной медиалингвистическим сообществом концепцией радиотекста как гипертекста [18–20]. В соответствии с предлагаемой концепцией радиотекст, будучи базовой составляющей радиодискурса, состоит из множества микротекстов; является неоднородным по форме существования: включает не только эфирные записи программ, но и стенограммы, видеозаписи эфирных трансляций, анонсы, комментарии

слушателей к выпускам программ, блоги журналистов и комментарии к ним, а также другие тексты, объединенные сайтом радиостанции в единое коммуникативное пространство радиодискурса. Все перечисленные радиотексты расцениваются как структурно и коммуникативно связанные элементы гиперрадиотекста. Квалификация ПС радиостанции как текста органично вписывается в данную концепцию.

Обоснованность подхода к радиотексту как гипертексту подтверждается развитием в медиасфере гибридных форм СМИ и необходимостью определения их статуса. Так, А.А. Журавлёва исследует видеорадио, контент которого можно слушать и одновременно зрительно воспринимать на разных медиаплощадках: на сайте радиостанции, на канале радиостанции, на YouTube, в соцсетях [21. С. 103]. В этом же научном поле находятся работы Л.И. Ермоленкиной, которая рассматривает как самостоятельный феномен «социально-сетевое радио» [22]. А.А. Дорофеева в качестве новой формы радио в интернете квалифицирует подкастинг: автором описаны базовые типы подкастов и выявлены особенности, по которым подкастинг отличается от традиционного радио и интернет-радио [23. С. 192]. Следует подчеркнуть, что в указанных исследованиях вопрос о ПС как тексте не затрагивается.

Включенность ПС в гиперрадиотекст и указание на органичную связь со звучащим в эфире радиоконтентом реализуется разными дискурсивными практиками – специфичными формами «коммуникации в данной социокультурной реальности» [24. С. 58]. Так, *профиль*, заглавная часть паблика, включает название радиостанции, информацию о ее формате, периоде вещания, контактную информацию (номер телефона студии, адрес и ссылку на сайт радиостанции): *Радио Сибирь Томск – 104,6 FM. Первое музыкальное радио в Томске. Нам уже 28 лет!*³

Дискурсивное единство звучащего радиотекста и ПС отражает *новостная лента*. Информация в паблике представлена в виде «стены» (непрерывной ленты записей), на которой звучащий в эфире текст оформляется в виде отдельных постов. Посредством поста на ПС радиостанции репрезентируются анонсы программы, новостные сообщения, обсуждение новостей, ежедневные астрологические прогнозы, розыгрыши и их результаты, опросы по теме дня, игры, а также приветствия ведущих, прямое или косвенное побуждение к участию в программе: *«Доброго утра друзья! В студии Илья Голосуцкий и Сергей Слесаренко. Всем привет!!!»* (Радио Сибирь. Томск. 09.10.2019); *«Не отпускает тёплое одеяло? Подушка обняла так, что не оторваться? Есть верное и проверенное решение – это “Сибирское утро”...»* *Утреннее шоу на Радио Сибирь, каждый будний день! В студии Илья Голосуцкий и Сергей Слесаренко, всем привет!* (Радио Сибирь. Томск. 15.08.2019).

ПС является гибридным текстом, включающим микротексты разных форм существования: это вербально представленные профиль, лента новостей, а также аудиозаписи и видеозаписи эфира, фотографии, подкасты. ПС «Радио Сибирь» в разных городах ве-

щания представляет собой совокупность микротекстов со свойственными им вербальными особенностями представления контента и приёмами привлечения аудитории. Например, на странице радиостанции «Радио Сибирь. Омск» описание профиля короче, чем на «Радио Сибирь. Томск», преобладают императивные конструкции, указывается точный адрес и контактный телефон: *Вступай в официальное сообщество главной радиостанции Омска. Настрой приёмник на 103.9 FM. +7 (381) 272-98-90, omsk.radiosibir.ru, ул. Омская, 215, Омск.*

Рассматривая характер структурной включенности ПС радиостанции в гиперрадиотекст и радиодискурс, невозможно обойти вопрос о способах связи перечисленных микротекстов в единое текстовое и дискурсивное пространство. Ранее нами отмечалось, что связь микротекстов и макротекстов в гиперрадиотексте обеспечивают межтекстовые ссылки (метатекстовые маркеры), в качестве которых выступают названия рубрик, заставки, отсылки к разделам сайта, соцсетям и другие вербальные и невербальные единицы (см., например: [15]). Так, профиль ПС содержит панель инструментов, которая ориентирует пользователей в возможных действиях, а метатекстовые маркеры выполняют функцию навигатора: *«Написать сообщение»* (в прямой эфир радиостанции), *«Включить уведомления»* (о новостях в паблике), *«Рассказать друзьям»* (о паблике), *«Пригласить друзей»* (в данную группу), *«Разрешить сообщения»* (оповещения от радиостанции о начале радиоэфира, о новом выпуске программы), *«Сохранить в закладки»* (для быстрого нахождения данной группы). Метамаркеры этого типа назовем внутренними, функционирующими внутри ПС. Сюда же отнесем ссылки на контакты – аккаунты ведущих, редакторов радиостанции.

В то же время другие метамаркеры (внешние) выполняют функцию межтекстовых связей в широком поле радиодискурса. Примерами могут послужить дополнительные ссылки (с соответствующими «иконками») на аккаунты радиостанции в других социальных сетях: *Мы в Инстаграм* (www.instagram.com), *Мы на Фейсбуке* (www.facebook.com); ссылки на культурные события, уже проведенные радиостанцией или планируемые в будущем. По ним адресат может перейти на другие аккаунты и подробнее познакомиться с программами мероприятий: *Сибирский велоквест (9 июля 2016, 10:00); 17.05 Смысловые галлюцинации. Томск. Театро (17 мая 2014, 18:00; «Радио Сибирь. Томск»); МОЛОДАЯ МУЗЫКА СИБИРИ /25.06/ Зелёный Остров (25 июня в 19:00; «Радио Сибирь. Омск»).*

Тематическое единство. ПС и радиоэфир функционируют на основе тематического единства. Демонстрацией отмеченного факта может стать реализация постоянной рубрики «Тема дня». Обсуждение пользователями новостей указанной рубрики осуществляется на ПС посредством поста, включающего заголовок, текст новости, фото к новости с указанием программы, в которой звучит данная новость, опрос слушателей. Приведем для примера опрос на тему дня, который предваряется постом с заголовком *НАРОДНАЯ ПАМЯТЬ*. Прямое отношение поста к

радиостанции и радиодискурсу проявляется в хештеге #РадиоСибирь #ТемаДня, следующем после заголовка к тексту.

В Чите городской парк Дома офицеров переименовуют в парк имени Иосифа Кобзона. Как «Радио Сибирь – Чита» сообщили в пресс-службе губернатора, идея была озвучена во время концерта памяти артиста, который при анилаге прошел в большом зале Дома офицеров. /.../ Первый свой концерт в Чите в далеком 1961 году Иосиф Кобзон дал именно в Доме офицеров. В эти же дни в Омске установили бюст основателя кадетского корпуса Александра I. /.../ В июле прошлого года в Новосибирске торжественно открыли памятник Николаю II и Цесаревичу Алексею. Впрочем, не всем горожанам понятны причины установки подобных памятников и переименования городских объектов. Иногда такие инициативы властей вызывают жаркие споры. **Что сибиряки думают об установке новых памятников в городах, мы поговорим сегодня в «Теме дня».** #РадиоСибирь #ТемаДня (Радио Сибирь. Омск. 17.09.2018).

После текста представлены результаты публичного опроса: *Как вы относитесь к установке памятников историческим личностям? Положительно – 30,45%; отрицательно – 10,9%; памятники не нужны – 7,05%; положительно, только если эта персона сделала что-то значимое для региона, – 51,6%.* Через хештег #ТемаДня пользователь может найти и прочитать все посты, опубликованные по данной теме в разные дни.

Роль автора. Дискурсивное и коммуникативное единство радиостанции и ПС в соцсети проявляется в действиях участников радиодискурса. Так, ПС, будучи коммуникативной площадкой радиостанции и ее текстовым продуктом, создается коллективным автором. Создателями контента являются радиожурналисты, ведущие программ, другие специалисты радиостанции, администратор ПС, а также пользователи сети. В качестве специфичной новой дискурсивной практики отметим деятельность ведущего одновременно на двух площадках: в эфире и социальной сети. ВЕДУЩИЙ: *Давайте будем разыгрывать два билета на концерт 27 октября. Я уже **приготовила пост**, ещё не опубликовала его в группе «ВКонтакте», vk.com «Радио Сибирь. Томск», потому что, хотела бы у вас спросить, что нужно сделать нашим слушателям, чтобы получить два пригласительных билета? Давайте решим. /.../ Друзья, **пишите в группе «ВКонтакте» vk.com «Радио Сибирь. Томск», прямо сейчас я опубликовываю, доопубликовываю уже пост.***

Роль адресата. ПС радиостанции ориентирована на массового адресата, включающего слушателей радиостанции и пользователей сети; во многих случаях их функции совмещаются. Свойственная ПС интерактивность позволяет квалифицировать роль адресата как ключевую в сохранении тематического единства эфирного текста и ПС, в развитии обсуждаемых в программе вопросов.

Новой дискурсивной практикой в массовой коммуникации (в том числе в радиодискурсе) является

персонификация участников коммуникации: она выражается в наличии списка аккаунтов пользователей, подписанных на паблик. Таким образом ПС в соцсети обеспечивает индивидуальную связь с каждым слушателем, что затруднительно реализовать в эфире. Лайки (выражение мнения «нравится»), репосты выступают как способы лично ориентированной коммуникации. Связь радиостанции с пользователем сети проявляется также в том, что после беседы с гостем в прямом эфире подписчику данного паблика приходит оповещение, например: *Сообщество Радио Сибирь Омск 103.9 FM **провело прямую трансляцию Live: Радио Сибирь Омск 103.9 FM.*** Отмеченные дискурсивные практики обеспечивают расширение временных границ программы, так как коммуникация продолжается после эфира на пространстве ПС: в комментариях, постах, репостах. В развлекательных программах (розыгрышах, играх, тестах) пользователь сети включается в диалог с другими участниками коммуникативной ситуации посредством своих репостов, комментариев и лайков к постам на странице в социальной сети. Полученные в ходе исследования наблюдения коррелируют с выводами С.Г. Носовцев, сделанными на основе анализа ПС печатных СМИ: «В паблике все средства направлены на персонификацию и вовлечение читателя в личное взаимодействие со СМИ» [25. С. 251].

Новой дискурсивной практикой является также одновременное участие слушателей-пользователей на двух площадках. Действия адресата выражаются в том, что, аудиально воспринимая звучащую информацию, они в то же время выражают свое активное участие в программе записями на ПС. Демонстрацией единства участников радиодискурса может послужить пост на ПС, выполняющий функцию анонса и побуждающий пользователей сети к участию в качестве слушателей эфира: ***Завтра в сибирском эфире нападающий ХК «Авангард» – Юхан Саундстрём! Павел Сергеевич обещает интересное интервью с нашим игроком, не пропустите.*** #РадиоСибирьОмск #Авангард #Омск #ФанСектор #ЮханСундстрём #Хоккей (Радио Сибирь. Омск. 23.11.2017). Через день уже в прямом эфире ведущий вновь приглашает свою аудиторию стать слушателями радиобеседы. 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). Такая форма взаимодействия радиостанции с аудиторией представляется убедительным доказательством дискурсивного единства текстов эфирных и сетевых.

Форма создания и функционирования публичной страницы. По форме создания ПС – это гибридный текст, включающий 1) первично устный (эфирный) текст, впоследствии частично воплощенный в письменную форму в виде поста; 2) видеотекст (видеозаписи эфирного текста); 3) первично письменный

текст, созданный до прямого эфира специально для социальной сети. На ПС размещаются подкасты выпусков программ, в том числе аудиозаписи бесед с гостями студии, которые пользователи могут послушать. Возможности некоторых радиостанций позволяют записывать прямой эфир на видео и выкладывать его в соцсети; видеозаписи радиопрограмм, бесед с гостями студии, фотографии адресат может найти в паблике и посмотреть после эфира. Наименования альбомов фотографий, сделанных во время проведенных радиостанцией мероприятий, размещены в пабликах. Они, как правило, совпадают с названиями мероприятий; их характерной особенностью является использование названия радиостанции и прилагательного *сибирский*: *Сибирская Масленица 2018; Садим кедры!!! 25 лет Радио Сибирь. Томск; Сибирский велоквест; Выкуп в прямом эфире Радио Сибирь*.

Новые дискурсивные практики на радио связаны с возможностью одновременно вести прямой эфир в студии и видеотрансляцию эфира в социальной сети. В это же время пользователи сети могут задать вопросы или оставить комментарии под постом с прямой трансляцией. Приведем примеры комментариев под постом: ОЛЕГ РЕСНЯНСКИЙ: *Почему переводчик (переводчица) разговаривает с Юханом на английском языке? Он же швед!;* ИВАН ПРИТУЛЯК (Ведущий): *Олег, а вы найдите тут переводчика с шведского :);* ВАНЕЧКА ЖЕСТОКИЙ ответил ИВАНУ: *Иван, а зачем переводчик, если вы лучше нее по английски шпрехааете?));* ОЛЕГ РЕСНЯНСКИЙ ответил ИВАНУ: *Иван, вот ведь как получается! Шведский магазин есть, а переводчика нету! А до революции в Омске были даже шведские заводы по производству сеялок-веялок. Значит мы движемся в обратном направлении!* Текст ПС приобретает в таких случаях многомерность, детерминированную разными формами репрезентации: устной и письменной по форме производства, визуальной и аудиально-визуальной по форме восприятия.

Жанровая специфика публичной страницы как текста. Доминирующими жанрами в разнообразном в жанровом отношении контенте ПС являются анонс мероприятий, осуществляемых радиостанцией, опрос, голосование, розыгрыши призов, билетов на концерты и другие, проводимые среди слушателей и пользователей сети. Продемонстрируем, как голосование на странице в соцсети обеспечивает единство радиийного текста и сетевого. Так, специальное внимание «Радио Сибирь» уделяет музыкантам сибирских городов. В проекте радиостанции «Молодая музыка Сибири» каждую неделю в эфире звучат композиции молодых музыкантов, проводятся конкурсы на звание лучшего исполнителя. ПС в соцсети обеспечивает дополнительные варианты привлечения слушателей к голосованию: *В новом баттле ММС с 25 декабря примет участие группа Эльвина Чувя из Новокузнецка с песней «Я хочу улететь». Попадет ли песня в ротацию РАДИО СИБИРЬ – зависит от ваших голосов! Слушай Сибирь – Слушай Своих! #ММС #МолодаяМузыкаСибири* («Радио Сибирь. Омск». 23.12.2017). Итоги конкурса подводятся также на основе результатов голосования в соцсети, где они и размещаются. *Есть*

победитель! На этой неделе в проекте «ММС» выигрывает песня «Ты от меня далеко» группы «Керамика» (г. Томск). (Радио Сибирь. Томск. 08.05.2015).

Лингвопрагматические средства. В текстах, проанализированных выше, выделены прагматические единицы, выполняющие воздействующую функцию. Однако целесообразно подчеркнуть их специальную роль в привлечении и удержании участников изучаемого дискурса и выделить соответствующий параметр как значимый в описании ПС радиостанции. Среди прагматически нагруженных языковых единиц одну из ключевых позиций занимают прямые и косвенные средства побуждения: *На этой странице вы первыми узнаете о розыгрышах призов и подарков! Здесь появляется оперативная информация о вакансиях. Публикуются фото- и видеозаписи радиосибирского закулисья. И тем больше будет материалов, чем больше участников в группе. Присоединяйтесь!* www.radiosibir.ru. В приведенном для иллюстрации фрагменте текста, описывающем профиль ПС, акцентируется значимость «присутствия» пользователя сети именно «здесь и сейчас»: *на этой странице, здесь;* актуализируется информационная активность ПС (*оперативная информация о вакансиях, фото- и видеозаписи*); содержится побуждение пользователей войти в группу (*присоединяйтесь*), подчеркивается роль участников (чем больше участников, тем больше материалов). Акцент на едином коммуникативном пространстве ПС и эфира актуализирует ссылка на сайт радиостанции, предложенная в качестве контакта. Важным свидетельством единства коммуникативного пространства является информация, размещенная на ПС конкретной точки вещания, но информирующая о событиях, актуальных для слушателей во всех городах, где выходит в эфир «Радио Сибирь»: *Поздравляем ребят и дарим недельную ротацию песни в эфире всех городов вещания Радио Сибирь! #ММС #МолодаяМузыкаСибири* (Радио Сибирь. Томск. 08.05.2015).

В аспекте лингвопрагматического потенциала можно привлечь также представленный выше текст о предстоящей в прямом эфире беседе с хоккеистом Юханом Сундстрёмом. Обращают на себя внимание указание на временную близость программы (*завтра*), интонация восхищения, которая в печатном тексте ПС передается с помощью восклицательного знака; положительно-оценочная лексика (*интересное интервью, поможет* омскому «Авангарду»), эксплицированная побудительность, выраженная глаголами в форме императива (*включайте, открывайте, не пропустите*). Непосредственная связь гостя эфира с Омском подчеркивается местоимениями (*с нашим игроком, мы ждали*).

Результаты и выводы

В ходе исследования, проведенного на примере ПС радиостанции «Радио Сибирь» в социальной сети «ВКонтакте», последовательно выявлены базовые признаки изучаемого медийного феномена как текста.

Анализ соотносительности ПС с радиотекстом и радиодискурсом показал, что публичная страница радио-

станции представляет собой особую разновидность гиперрадиотекста, функционирующую в радиодискурсе. По структуре он является макротекстом, состоящим из микротекстов, репрезентированных средствами разных семиотических систем. Функцию связи ПС и звучащего текста выполняют межтекстовые ссылки.

ПС страница создана конкретной радиостанцией (в данном случае «Радио Сибирь»); у них общая коммуникативно-прагматическая цель и тематическая доминанта. На ПС размещаются микротексты, которые имеют тематическую связь с определенным выпуском программы и формируются на основе темы, им заданной. ПС служит не только формой обратной связи (как телефонный звонок или СМС), по существу, она является продолжением радиопрограммы.

У звучащей программы и публичной страницы тот же автор, он определяет контент эфирный и сетевой. В качестве автора выступает представитель коллектива радиостанции. Эту функцию может выполнять ведущий, т.е. адресантом звучащего в эфире (устного) текста и письменного на ПС может быть один и тот же субъект. Адресатом ПС может быть слушатель и/или пользователь сети. Пользователь сети может выступать в роли автора.

Участников коммуникации, реализующейся на обеих площадках (в прямом эфире и соцсети), объединяют общие интересы, обусловленные обсуждаемой темой. Пользователь социальной сети воспринимает данный текст визуально; отдельные микротек-

сты, переходя по ссылкам, воспринимает аудиально или аудиально-визуально; одновременно он может быть слушателем эфира. Дискурсивное единство текстов, составляющих ПС, обеспечивается не только автором, но и адресатом. Выполняя функцию слушателя и пользователя, он взаимодействует с радиотекстом, функционирующим в разных формах воплощения: пользователь сети – потенциальный слушатель программы в эфире; слушатель программы – потенциальный пользователь сети.

Выделенные в качестве типичные интерактивные жанры ПС обеспечивают продолжение программы, создают своеобразный коммуникативный континуум. Они успешнее реализуются в соцсети, чем в эфире: сеть предоставляет более широкие возможности для реализации игровых жанров дискурса изучаемой радиостанции, способствуют реализации массовости участников. Прагматически нагруженные языковые единицы также служат вовлечению участников в коммуникацию.

На основании полученных результатов считаем правомочным заключить, что ПС радиостанции в социальной сети может быть квалифицирована как текст в структуре радиодискурса, появившийся в условиях развития новых медиакоммуникаций и новых дискурсивных практик.

В рамках данной статьи предложен один из возможных путей исследования нового медийного феномена, который нуждается в дальнейшем изучении.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹В статье используется термин *публичная страница* (ПС) как наиболее распространенный в специальной литературе, в ряде случаев употребляется синонимичный термин *паблик*.

²Радио в России в 2019 г. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. URL: <https://fapmc.gov.ru/rospechat/activities/reports/2020/teleradio/main/custom/0/0/file.pdf>

³Здесь и далее текстовые иллюстрации даются с сохранением графики, орфографии и пунктуации оригинального текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 280 с.
2. Newman N. The rise of social media and its impact on mainstream journalism. URL: <http://www.slideshare.net/victori98pt/the-rise-of-social-media-and-its-impact-on-mainstream-journalism> (дата обращения: 12.01.2021).
3. Djierf-Pierre M., Gheretti M., Hedman U. Appropriating Social Media. URL: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2016.1152557> (дата обращения: 12.01.2021).
4. Laskowska M. Social media in the work of a journalist. URL: https://www.academia.edu/1906479/Social_media_w_pracy_dziennikarza_Uj%C4%99cie_etyczne (дата обращения: 12.01.2021).
5. Бейнсон В.А. Продвижение СМИ в социальных сетях: возможности и проблемы // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2016. № 5. С. 239–243.
6. Ибрагимова Л.Р. Репрезентация региональных СМИ в социальных сетях // Язык. Культура. Коммуникации. 2015. № 1 (3). С. 20.
7. Лебедева Б.В. Традиционные аудиовизуальные СМИ в фокусе новых медиа // Век информации. 2016. № 1. С. 197–202.
8. Маленко Е.А. Культурология медиaprостранства (интеграция традиционных СМИ и интернета) // Ярославский педагогический вестник. 2015. № 5. С. 366–371.
9. Мансурова В.Д. Социальные сети и СМИ. Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2016. 108 с.
10. Лободенко Л.К., Баштанар И.М. Региональные Интернет-СМИ в социальных сетях: трансформация медиаконтента // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 5–3 (59). С. 29–34.
11. Немчинова Е.Ю. Традиционные СМИ в социальных сетях: попытки взаимодействия // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 4 (21). С. 41–47.
12. Журавлева А.А., Присяжнюк А.А. Визуализация радиовещания, паблики радиостанции и личные аккаунты радиоведущего в социальных сетях как факторы успешного продвижения радиостанции (на примере радиостанции «Комсомольская правда – Челябинск») // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 3 (37). С. 18–27.
13. Присяжнюк А.А. Продвижение авторской программы через аккаунты радиоведущего в социальных сетях // Медиасреда. 2020. № 17. С. 48–52.
14. Исакова М.В. Визуализация в социальных сетях как способ продвижения бренда музыкально-информационной радиостанции // Медиасреда. 2020. № 17. С. 77–81.
15. Нестерова Н.Г. Радиодискурс и радиотекст в условиях новых коммуникаций // Медиалингвистика. 2019. № 3 (6). С. 381–401.
16. Дускаева Л.Р. Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник. М.: ФЛИНТА, 2018. С. 20–28.
17. Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики // Медиалингвистика. 2015. № 1 (6). С. 45–57.
18. Нестерова Н.Г. Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект). Томск: Изд-во Том. гос. ун-та, 2015. 320 с.

19. Нестерова Н.Г. Радиотекст // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник. М. : ФЛИНТА, 2018. С. 230–231.
20. Сабаяева Ю.С. Медиаобраз Сибири в социальных сетях (на материале официальных страниц радиостанций «Радио Сибирь. Омск», «Радио Сибирь. Томск» в социальной сети «ВКонтакте») // Коммуникативные исследования. 2019. № 2. С. 498–513.
21. Журавлёва А.А. Визуальное радио как важнейший тренд в развитии современного российского радиовещания // Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института : материалы Всерос. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2019. С. 103–107.
22. Ермоленкина Л.И. Контекстные макроструктуры как механизм формирования диалогических моделей коммуникации в дискурсе социально-сетевого радио // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2020. № 2 (208). С. 55–60.
23. Дорофеева А.А. Подкастинг: новое радио в интернете // Век информации. 2018. № 1. С. 192–199.
24. Иссерс О.С. Дискурсивная практика: к определению понятия // Современная речевая коммуникация: новые дискурсивные практики / отв. ред. О.С. Иссерс. Омск : Изд-во Омск. гос. ун-та, 2011. С. 37–61.
25. Носовцев С.Г. СМИ в социальной сети «ВКонтакте»: структурная и содержательная специфика // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 245–255.

Статья представлена научной редакцией «Филология» 31 января 2021 г.

The Public Page of a Radio Station in a Social Network as a Text in the Structure of Radio Discourse (On the Example of the Public Page of Radio Sibir' in VKontakte)

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2021, 465, 29–36.

DOI: 10.17223/15617793/465/4

Natalia G. Nesterova, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: nesterovatmsk@mail.ru

Yulia S. Sabaeva, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: juliyasab2014@mail.ru

Keywords: public page of radio station; social network; new text; hyper radio text; radio discourses.

The study is supported by the Russian Foundation for Basic Research, Project No. 17-29-09132.

The aim of the study is to consider the public page of a radio station as a text in the structure of radio discourse. The source of the empirical material was the public pages of Radio Sibir' in the social network VKontakte. The analysis involved posts selected by hashtags #RadioSibir', #MMC, #TemaDnya, #FanSektor and related recordings of radio broadcasts. The study was carried out in line with a new vector of media linguistics – the linguistics of hyper media text. The main research methods were the methods of discursive analysis, media linguistic analysis, intent analysis, and linguistic analysis. The parameters chosen for describing the public page (PP) as a radio text were: the PP structural and communicative inclusion in hyper radio text and radio discourse, the purpose of the PP, the thematic unity of the PS and the aired text, the role of the author, the role of the recipient, the form of the PP creation and functioning, the PP genre features, linguopragmatic means, and discursive practices. The hypothesis is confirmed that the public page serves not only as a feedback form, but, in fact, it is a continuation of the radio program, a special kind of radio text that functions in radio discourse. By structure, this text is a macrotext consisting of microtexts represented by means of different semiotic systems. Public pages are created by specific radio stations; they have a common communicative and pragmatic goal and a thematic dominant: texts that have a thematic connection with a particular program release are posted on the PP. The sounding program and the PP have the same author who determines the content of the broadcast and the PP. The addresser is a representative of the radio station team; this function can be performed by the host, that is, the author of the broadcast and the network text can be the same person. The recipient of the PP can be a listener and/or a network user. At the same time, a network user can act as an author. Recipient users of the social network perceive this text visually; clicking on links, they perceive separate microtexts auditorily or auditorily-visually; they can simultaneously be listeners of the broadcast. The discursive unity of the texts that make up the public page is provided by the addresser who, acting as a listener and user, interacts with the radio text that functions in different forms. The interactive typical genres of the public page identified in the course of the analysis ensure the continuation of the program, create a kind of a communicative continuum. Pragmatically loaded language units also serve to engage participants in communication and retain their attention. Based on the results obtained, it is concluded that the public page of a radio station in a social network can be qualified as a new text in the structure of radio discourse due to new discursive practices.

REFERENCES

1. Boguslavskaya, V.V. (2008) *Modelirovanie teksta: lingvosotsiokul'turnaya kontseptsiya. Analiz zhurnalisticheskikh tekstov* [Text Modeling: A linguo-socio-cultural concept. Analysis of journalistic texts]. Moscow: Izd-vo LKI.
2. Newman, N. (2009) *The Rise of Social Media and Its Impact on Mainstream Journalism*. [Online] Available from: <http://www.slideshare.net/victori98pt/the-rise-of-social-media-and-its-impact-on-mainstream-journalism> (Accessed: 12.01.2021).
3. Djierf-Pierre, M., Gherstet, M. & Hedman, U. (2016) Appropriating Social Media. *Digital Journalism*. 7 (4). pp. 849–860. [Online] Available from: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2016.1152557> (Accessed: 12.01.2021).
4. Laskowska, M. (2012) Social media w pracy dziennikarza. Ujęcie etyczne. In: Kowalczyk, R., Machura, W. & Sobczak, J. (eds) *Pomiędzy wolnością a odpowiedzialnością. Problemy współczesnych mediów*. Vol. 1. [Online] Available from: https://www.academia.edu/1906479/Social_media_w_pracy_dziennikarza_Ujęcie_etyczne (Accessed: 12.01.2021).
5. Beynenson, V.A. (2016) Promotion of mass media in social networks: opportunities and problems. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo – Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod*. 5. pp. 239–243. (In Russian).
6. Ibragimova, L.R. (2015) Representation of regional media in social networks. *Yazyk. Kul'tura. Kommunikatsii – Language – Culture – Communication*. 1 (3). P. 20. (In Russian).
7. Lebedeva, B.V. (2016) Traditional audiovisual media in the spotlight of the new apps. *Vek informatsii – Information Age*. 1. pp. 197–202. (In Russian).
8. Maleina, E.A. (2015) Culturology of media space (integration of traditional mass media and the internet). *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik – Yaroslavl Pedagogical Bulletin*. 5. pp. 366–371. (In Russian).
9. Mansurova, V.D. (2016) *Sotsial'nye seti i SMI* [Social Networks and Media]. Barnaul: Altai State University.
10. Lobodenko, L.K. & Bashanar, I.M. (2016) The regional internet media in social networks: transformation of media content. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philology. Theory & Practice*. 5–3 (59). pp. 29–34. (In Russian).
11. Nemchinova, E.Yu. (2016) Media in social networks: interaction effects. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya – Sign: Problematic Field in Mediaeducation*. 4 (21). pp. 41–47. (In Russian).

12. Zhuravleva, A.A. & Prisyazhnyuk, A.A. (2020) Visualization of radio broadcasting, public radio stations and personal accounts of a radio host on social networks as factors of successful promotion of a radio station (on the example of the “Komsomolskaya pravda – Chelyabinsk” radio station). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya – Sign: Problematic Field in Mediaeducation*. 3 (37). pp. 18–27. (In Russian). DOI: 10.24411/2070-0695-2020-10303
13. Prisyazhnyuk, A.A. (2020) Prodvizhenie avtorskoy programmy cherez akkaunty radiovedushchego v sotsial'nykh setyakh [Promotion of the author's program through the radio host's accounts in social networks]. *Mediasreda*. 17. pp. 48–52. DOI: 10.24411/2070-0717-2020-10111
14. Isakova, M.V. (2020) Vizualizatsiya v sotsial'nykh setyakh kak sposob prodvizheniya brenda muzykal'no-informatsionnoy radiostantsii [Visualization in social networks as a way to promote the brand of a music and information radio station]. *Mediasreda*. 17. pp. 77–81. DOI: 10.24411/2070-0717-2020-10117
15. Nesterova, N.G. (2019) Radio discourse and radio text in the context of new communications. *Medialingvistika – Media Linguistics*. 3 (6). pp. 381–401. (In Russian). DOI: 10.21638/spbu22.2019.308
16. Duskaeva, L.R. (2018) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh* [Medialinguistics in Terms and Concepts]. Moscow: FLINTA. pp. 20–28.
17. Dobrosklonskaya, T.G. (2015) Media discourse within the framework of media linguistics. *Medialingvistika – Media Linguistics*. 1 (6). pp. 45–57. (In Russian).
18. Nesterova, N.G. (2015) *Sovremennyy radiodiskurs (kommunikativno-pragmaticheskiy aspekt)* [Modern Radio Discourse (Communicative and pragmatic aspect)]. Tomsk: Tomsk State University.
19. Nesterova, N.G. (2018) Radiotekst [Radiotext]. In: Duskaeva, L.R. (ed.) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh* [Medialinguistics in Terms and Concepts]. Moscow: FLINTA. pp. 230–231.
20. Sabaeva, Yu.S. (2019) Media image of Siberia in the social networks (based on the materials of official pages of “Radio Siberia. Omsk” and “Radio Siberia. Tomsk” stations in “Vkontakte” social network). *Kommunikativnye issledovaniya – Communication Studies*. 2. pp. 498–513. (In Russian). DOI: 10.25513/2413-6182.2019.6(2).498-516
21. Zhuravleva, A.A. (2019) [Visual Radio as the Most Important Trend in the Development of Modern Russian Broadcasting]. *Tsifrovizatsiya kommunikativno-kul'turnoy pamyati: rol' zhurnalistiki kak sotsial'nogo instituta* [Digitalization of Communicative and Cultural Memory: The role of journalism as a social institution]. Proceedings of the All-Russian Conference. Yekaterinburg. 25–26 April 2019. Yekaterinburg: Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin. pp. 103–107. (In Russian).
22. Ermolenkina, L.I. (2020) Context macro-structures as the mechanism of forming dialogical models of communication in social web-radio discourse. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo – Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 2 (208). pp. 55–60. (In Russian). DOI: 10.23951/1609-624X-2020-2-55-60
23. Dorofeeva, A.A. (2018) Podcasting: a new radio on the internet. *Vek informatsii – Information Age*. 1. pp. 192–199. (In Russian).
24. Issers, O.S. (2011) Diskursivnaya praktika: k opredeleniyu ponyatiya [Discursive practice: towards the definition of the concept]. In: Issers, O.S. (ed.) *Sovremennaya rechevaya kommunikatsiya: novye diskursivnye praktiki* [Modern Speech Communication: New discursive practices]. Omsk: Omsk State University. pp. 37–61.
25. Nosovets, S.G. (2014) Media in “Vkontakte” social network: structural and content features. *Kommunikativnye issledovaniya – Communication Studies*. 2. pp. 245–255. (In Russian).

Received: 31 January 2021