

Н.Г. Нестерова, Ч. Цзюй

КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ РАДИОДИСКУРС: К ВОПРОСУ О БАЗОВЫХ ПРИЗНАКАХ И КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКОЙ СПЕЦИФИКЕ

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

Культурно-просветительский радиодискурс исследуется как сегмент радиодискурса, коммуникативной целью которого является просвещение в сфере культуры. Определяются его базовые признаки. Коммуникативно-прагматическая специфика рассматривается в ходе анализа репрезентирующих выявленные признаки стратегий: презентации гостя программы, обсуждения культурного события, оценивания ведущих программы в комментариях слушателей. К анализу привлечены тексты трех программ радиостанции «Эхо Москвы» и комментарии слушателей.

Ключевые слова: культурно-просветительский радиодискурс; новый текст; гипертекст; коммуникативная стратегия; коммуникативная тактика.

Постановка проблемы

Актуальность обращения к культурно-просветительскому радиодискурсу и постановка заявленных в заголовке статьи проблем определяется повышенным научным интересом к современной массовой коммуникации, расширением коммуникативно-ориентированных исследований и активным развитием медиалингвистики – нового научного направления, которое убедительно укрепляет свои позиции и, как следствие, актуализирует задачи, связанные с уточнением объекта и методологии его описания.

Развитие в эпоху интернета новых медиакоммуникаций привело к изменениям во всех традиционных СМИ, в том числе к существенным трансформациям в сфере радиокоммуникации. Последнее выразилось в появлении новых форм существования радиотекста, обусловленных конвергенцией СМИ и выходом радио в социальные сети, в расширении участников радиодискурса. При этом изучению изменений в радиодискурсе, его коммуникативно-прагматическому своеобразию и потенциалу в лингвистических работах уделяется недостаточно внимания. Отмеченные факты объясняют необходимость осмысления методологии, апробации новых научных концепций и исследовательских подходов к анализу актуальных тенденций в современном радиодискурсе, в котором отражается новая коммуникативная реальность. В число приоритетных задач выдвигается специальное описание составляющих радиодискурса сегментов: дискурс информационных, аналитических, развлекательных, культурно-просветительских и других радиопрограмм. Таким образом, описание культурно-просветительской разновидности радиодискурса, функционирующего в традиционных формах и обусловленного новыми коммуникациями (к анализу привлечены комментарии слушателей к радиопрограмме), является актуальной научной задачей.

Культурно-просветительский радиодискурс рассматривается в данной статье как стратегический, т.е. соответствующий государственным стратегиям. Культурно-просветительская миссия журналистов, как считают исследователи, состоит в целенаправленной творческой деятельности, результатом которой стано-

вятся высокопрофессиональные программы, пропагандирующие духовные ценности, способствующие повышению общей культуры и интеллектуальному росту личности [1. С. 13]. Близкая позиция представлена в работе Е.В. Листвиной, которая предлагает решать вопросы социальной сферы современной России через призму «приоритетов государственной культурной политики, поиска ценностного консенсуса, формирования объединяющих духовных оснований отечественной культуры» [2. С. 30]. Обращение лингвистов к культурно-просветительскому тексту в коммуникативно ориентированных исследованиях предусматривает, прежде всего, выявление его лингвопрагматического потенциала. Языковая реализация обсуждения проблем в сфере культуры приобретает прагматическую специфику, направленную на совершенствование духовных и культурно-просветительских практик адресата, на развитие его познавательной сферы и формирование нравственных ориентиров. Сказанное подчеркивает не только лингвистическую, но и социальную значимость изучения способов организации и функционирования современного культурно-просветительского радиодискурса.

Целью данной статьи является рассмотрение культурно-просветительского радиодискурса как специфического феномена через описание его базовых признаков и коммуникативно-прагматической специфики.

Теоретическая и методологическая база исследования

Теоретическая и методологическая база исследования культурно-просветительского радиодискурса, который рассматривается в статье как объект междисциплинарного изучения, базируется на методологии журналистики, медиалингвистики, коммуникативной лингвистики.

Общие основы методологии изучения медиадискурса развивают теоретики и практики журналистики и медиалингвистики (В.М. Березин [3], Е.Л. Вартанова [4], Т.Г. Добросклонская [5], Л.Р. Дускаева [6], К.В. Кемова [7], Е.А. Кожемякин [8], В.И. Коньков [9], Т.И. Попова [10] и др.). Труды названных ученых фор-

мируют представление о функционировании средств массовой коммуникации в процессе их развития.

Анализ культурно-просветительских радиопрограмм базируется на теоретических и методологических достижениях, полученных в области теории и практики электронных СМИ такими отечественными учеными, как В.В. Барабаш [11], М.В. Биттер, Н.А. Симбирцева [12], А.В. Болотнов [13], П.Н. Босый [14], В.В. Перевалов [15], М.А. Толстунова [16], С.В. Фащанова [17], а также иностранными исследователями, в числе которых Д. Ван, В. Гэ [18], Д.Л. Марио [19], Ч. Нань, Ч. Сюн [20], Ц. Нью [21], Б.С. Фридман [22].

Интернет-комментарий как новая форма медиакоммуникации и новый медиатекст исследуется с учетом работ Е.А. Абросимовой, Ю.Д. Кравченко [23], О.Е. Галвановой [24], Е.Ч. Дахалаевой [25], Н.А. Кузьминой, Е.А. Абросимовой [26], В.А. Митягиной [27], И.Г. Сидоровой [28], Л.Н. Степановой [29].

Для уточнения методологии описания коммуникативных стратегий и тактик в изучаемом дискурсе актуальны научные наблюдения, представленные в исследованиях, в которых рассматриваются проблемы взаимодействия автора и адресата (О.С. Иссерс [30], Т.Б. Колышкина [31], С.С. Панфилова [32], Л.И. Ермоленкина [33]). Коммуникативная природа радиодискурса рассматривается через призму его диалогичности, обусловленной ориентированностью на определенный тип адресата в условиях развития интерактивных программ [34]. Коммуникативно-прагматический подход в изучении радиодискурса получил обоснование в работах Т.Е. Арсеньевой [35], А.А. Волковой [36], Е.В. Волковой [37], С.В. Фащановой [38], Ю.С. Сабаевой [39]. Выделению культурно-просветительского радиодискурса в качестве разновидности радиодискурса способствовали работы Е.И. Грибковой [40], посвященные изучению новостного радиодискурса, публикации В.А. Егоскиной и Е.Г. Малышевой [41, 42], в которых определяется статус развлекательного радиодискурса.

Труды, легшие в основу теории и методологии данного исследования, обусловили выбор исследовательского подхода, методов и принципов отбора источников эмпирического материала.

Методы и приемы исследования

Основным подходом к исследованию заявленных в статье проблем стал коммуникативно-прагматический подход, который позволил рассмотреть на выбранном для анализа материале коммуникативные стратегии и тактики, избираемые коммуникантами, вовлеченными в культурно-просветительский радиодискурс. Метод дискурсивного анализа использован при определении границ и структуры радиодискурса, при выделении культурно-просветительского радиодискурса в качестве его сегмента, при аргументации включения в дискурсивное поле культурно-просветительского радиодискурса текстов, функционирующих в разных формах существования. При выявлении коммуникативных тактик и ходов применялся метод интен-анализа, суть которого состоит в пе-

реводе конкретного речевого материала в форму коммуникативных намерений адресанта. Рассмотрение языковой репрезентации стратегий и тактик осуществлено посредством использования лингвистического анализа, включающего контекстный анализ языковых единиц. При обобщении промежуточных и итоговых наблюдений основным методом исследования стал метод научного описания в совокупности основных приемов: наблюдения, обобщения, систематизации.

Критерии отбора источников эмпирического материала

Культурно-просветительский радиодискурс представляет собой весьма разнообразную в тематическом отношении разновидность радиодискурса. Тематика программ связана с театром, кино, музыкой, литературой, историей и другими сферами культуры, с персоналиями – деятелями культуры, с проблемами в сфере культуры.

К вопросу о культурно-просветительском потенциале российского радио мы обращались ранее: была отмечена значимость культурно-просветительского сектора «Радио России», тематически специализированного «Радио Культура» и «Литературного радио», региональных российских радиостанций, изучены возможности интернет-радио «Русский мир» [43]; подчеркнута активная культуроформирующая роль радиостанций «Маяк» и «Эхо Москвы» [44. С. 143–163; 45].

Культурно-просветительский радиодискурс реализуется в радиопрограммах монологического и диалогического характера; программы диалогического характера осуществляются в жанрах беседы, интервью, ток-шоу. В данной статье источниками эмпирического материала стали три культурно-просветительские программы радиостанции «Эхо Москвы», построенные в жанре беседы: «Книжное казино», «Культурный шок», «Непрошедшее время» за 2011–2019 гг., и комментарии слушателей к выбранным для анализа радиопрограммам. Общий объем проанализированного материала составили 76 выпусков радиопрограмм и 3 049 интернет-комментариев. Базу контекстов составили 1 290 высказываний ведущих и гостей студии, 297 комментариев.

В качестве критериев, мотивирующих выбор радиостанции и программ, определены следующие.

1. Тематика передач, образ адресанта. «Книжное казино» – «программа, в которую приглашаются руководители крупнейших российских книжных издательств с известными авторами, среди них современные классики и знаменитые актеры»¹. Ведущие Ксения Ларина и Майя Пешкова вместе с гостями студии рекомендуют новые книги и рассказывают об авторах. «Культурный шок» – радиопрограмма, которая обращается к горячим социальным и культурным вопросам. «Ведущая Ксения Ларина вместе с гостями студии – деятелями культуры разбирается в перипетиях культурной жизни»². «Непрошедшее время» – программа о «культурно-литературном наследии и людях, его олицетворяющих, о том, что было, прошло,

но не стало категорией прошедшего времени»³. Ведущая Майя Пешкова и гости студии обсуждают вопросы культуры. Дискурс указанных программ демонстрирует гармоничный характер речевого общения в эфире, которое обеспечивается профессионализмом ведущих и специалистов из разных сфер культуры, приглашенных в студию в качестве соведущих, экспертов.

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

3. Возможности обратной связи. Благодаря интерактивным возможностям современной радиокommunikации обратная связь осуществляется посредством не только телефонного включения, но и размещения на сайте радиостанции комментариев к радиопрограмме, оставленных слушателями. Отметим, что новая форма обратной связи способствовала расширению состава активных участников.

Коммуникативно-прагматическая специфика культурно-просветительского радиодискурса

Специфику культурно-просветительского радиодискурса составляет его включенность в качестве сегмента в широкое коммуникативное пространство просветительского медиадискурса, с одной стороны, и радиодискурса – с другой.

Исследование коммуникативно-прагматической специфики культурно-просветительского радиодискурса и радиотекста как его ядра осуществлено в рамках разрабатываемой авторами концепции радиотекста как гипертекста [44. С. 34–53], которая в условиях появления и развития новых медиакоммуникаций представляется обоснованной и актуальной. Заметим, что термин гипертекст стал активно употребляться при анализе текстов современных СМИ. Подтверждением служит зафиксированное в словаре-справочнике по медиалингвистике мнение авторитетного медиалингвиста Л.Р. Дускаевой, которая, осмысливая характер связанности новостных текстов в медийном пространстве, определяет гипертекст как «общность всех медиатекстов, размещенных в гипертекстовой среде» [45. С. 75].

Авторы статьи исходят из того, что по структурной и коммуникативной организации современный радиотекст существенно отличается от традиционного: он стал неоднородным по форме существования. Благодаря интернету в медиасфере развитие получили гибридные формы СМИ, в частности интернет-радио, видеорадио⁴, а также новые формы обратной связи, в том числе интернет-комментарии. Отмеченные трансформации, объясняемые конвергенцией СМИ и новыми информационно-коммуникационными условиями, свидетельствуют о появлении на радио нового текста, являющегося продуктом новых коммуникаций XXI в. (подробнее об этом см.: [46, 47]).

С учетом изучения научной литературы по теме, анализа контента культурно-просветительских про-

грамм разных радиостанций определены следующие базовые признаки.

1. Коммуникативная цель. Целью культурно-просветительского радиодискурса является просвещение в сфере культуры.

2. Тематическая доминанта. Тематику обсуждения в данном дискурсе составляют вопросы культуры.

3. Канал распространения. Каналами распространения культурно-просветительского радиотекста служат радио и интернет. При этом основным каналом остается радиоканал, определяющий аудиальное продуцирование первичного текста (параллельными и последующими формами его существования могут быть видеозапись и поликодовые тексты в соцсети).

4. Тип авторства. Культурно-просветительский радиотекст может быть авторским и коллективным. В данном исследовании к анализу привлечены авторские программы, которые выходят в эфир с участием гостей, поэтому текстовый продукт является по форме диалогическим, коллективным.

5. Форма создания. Это первично устный текст со значительной долей спонтанности речи ведущих и гостей студии. Для сравнения можно привести такие структурные единицы радиотекста, как новости (в том числе новости культуры), реклама, слоганы, прогноз погоды, астрологический прогноз и другие информационные сообщения, которые являются первично письменными текстами.

6. Функционально-жанровый тип. По данным мониторинга контента радиостанции «Эхо Москвы», доминирующими жанрами культурно-просветительского радиотекста являются беседа и интервью. Продуцируемые участниками данного дискурса эфирные тексты отличаются доминированием в них культурно-просветительской составляющей.

7. Способ восприятия адресатом. Современный культурно-просветительский радиотекст может восприниматься аудиально, аудиально-визуально, визуально.

8. Состав участников. В культурно-просветительском радиодискурсе участниками, обсуждающими темы культуры, становятся ведущие, гости программы, слушатели, а также пользователи сайта радиостанции и социальных сетей. Благодаря развитию новых медиакоммуникаций все участники в равной степени активны. Во всяком случае, у них есть возможность проявить свою коммуникативную активность.

Автором исследованных радиопрограмм является ведущий. Названные выше ведущие – профессиональные журналисты, получившие признание как специалисты в области создания авторских культурно-просветительских радиопрограмм. Их роль в выборе темы и ее развитии значительна. При этом подчеркнем, что коммуникативно-прагматическая специфика проанализированных в данном исследовании культурно-просветительских программ определяется прежде всего ключевым положением гостя программы.

Гостями становятся широко известные в стране и за рубежом деятели культуры, в том числе народные и заслуженные артисты России, писатели, актеры, музыканты и многие другие неординарные личности, внесшие вклад в развитие российской культуры.

Адресат культурно-просветительских программ тоже специфический. Тематически широкий спектр радиопередач ориентирован на интеллектуальную аудиторию или стремящуюся быть таковой. Избранные для анализа программы способны удовлетворить слушателей с самыми разными запросами на культурно-просветительскую информацию. Постоянный адресат анализируемых программ и другого контента, представленного на сайте радиостанции, всегда осведомлен о самых значительных событиях культурной жизни в стране и мире.

Привлеченные к анализу эфирные записи программ, стенограммы эфирных записей, комментарии слушателей к выпускам программ, представленные на сайте радиостанции, расцениваются как структурно и коммуникативно связанные элементы гиперрадиотекста. Дискурсивное единство текстов, составляющих исследуемую разновидность радиодискурса, обеспечивается сайтом радиостанции и адресатом, который, как получатель культурно-просветительской информации и активный участник ее обсуждения, взаимодействует с радиотекстом, функционирующим в разных формах воплощения.

На основе отмеченных базовых признаков культурно-просветительский радиодискурс с позиции коммуникативно-прагматического подхода понимается как *разновидность радиодискурса, отличающаяся коммуникативной целью просвещения в сфере культуры, которая детерминирует тематику программ, выбор коммуникативных стратегий и тактик, характер речевого поведения участников коммуникации.*

Коммуникативная цель изучаемой разновидности радиодискурса достигается благодаря тому, что выбор актуальной темы культурно-просветительской направленности и ход ее обсуждения оказывают культурно-просветительское воздействие на целевую аудиторию: способствуют расширению кругозора, развитию интеллектуальных способностей адресата, формированию его эстетического вкуса, нравственных ценностей, активизируют познавательную активность, пробуждают потребность в получении качественной информации. Например, в радиопрограмме «Культурный шок» в числе популярных тем отметим следующие: события в разных областях культуры (кино, театр, живопись, музыка, литература, музеи); государство и культура (чиновники и культура, цензура в культуре, политика и искусство, художник и власть); социальные проблемы в сфере культуры (одинокое и больные артисты, сохранение памяти об известных деятелях культуры, отношение к памятникам советской эпохи).

Обсуждение тем культуры объединяет участников коммуникации: ведущего, гостя, слушателей, выполняющих свои роли. Ведущий выбирает актуальную тему, определяет информационный повод, приглашает гостей, разрабатывает сценарий программы, осуществляет контроль за развитием темы в процессе обсуждения. Гость принимает деятельное участие в программе как субъект, тем или иным образом причастный к обсуждаемой теме: нередко он является

инициатором или непосредственным участником культурного события.

Слушатели радиопрограммы, будучи адресатами культурно-просветительской информации, получают новые культурные знания, влияющие на их духовное преобразование. Авторы комментариев выражают свое оценочное мнение по поводу обсуждаемых вопросов и участников коммуникативной ситуации: ведущего, гостя, других слушателей. (В рамках данной статьи к анализу привлечены только высказывания, адресованные ведущему.)

Тематическое разнообразие обсуждаемых тем и широкий круг задействованных в их обсуждении участников определяют разнообразие применяемых активными участниками коммуникативных стратегий и тактик. Избранный в работе путь анализа эмпирического материала осуществляется в соответствии с пониманием коммуникативных стратегий и тактик как комплекса запланированных коммуникативных действий, применяемых для достижения коммуникативной цели [30].

Анализ эмпирического материала включал три этапа.

1. Прослушивание эфирной записи с параллельным чтением стенограммы и выделение коммуникативных стратегий и тактик. В ходе реализации этого этапа определялись коммуникативные интенции участников программы. С этой целью обращалось внимание на интонационные особенности речи собеседников, на языковые маркеры. Стенограмма привлекалась для уточнения отдельных слов и фраз, недопонятых в процессе слухового восприятия звучащего текста и для удобства работы с текстом.

2. Описание языковых средств реализации выявленных коммуникативных тактик. Осуществлялось с учетом контекстного употребления языковых единиц.

3. Анализ комментариев, адресованных ведущему. Проводился на основе осмысления коммуникативной ситуации эфира, к которой относится комментарий, выраженных автором комментария интенций и контекстного употребления языковых единиц.

Данная методика позволила проанализировать признаки и основные коммуникативно-прагматические особенности изучаемой разновидности дискурса через призму трех стратегий, соотносимых с выделенными выше базовыми признаками: ими стали стратегии *презентации гостя программы, обсуждения культурного события и оценивания ведущего в комментариях слушателей.* Избранные для анализа коммуникативные стратегии демонстрируют реализацию базовых признаков культурно-просветительского радиодискурса. Стратегия обсуждения культурного события репрезентирует коммуникативную цель и тематическую доминанту. Стратегия презентации гостя программы и стратегия оценивания ведущего в комментариях адресата связаны с составом участников, с признаком авторства и каналом распространения рассматриваемого дискурса. Анализ вербальных и невербальных средств реализации стратегий актуализирует способ его восприятия.

Будучи универсальными для медиадискурса (первая и третья из названных стратегий) и для

просветительского медиадискурса (вторая стратегия), в культурно-просветительском радиодискурсе они приобретают специфические черты и, как представляется, репрезентативны в демонстрации его коммуникативно-прагматического своеобразия. Стратегия презентации гостя программы, осуществляемая ведущим, обосновывает участие гостя в конкретном выпуске программы, подчеркивает его роль в культурной жизни страны. Стратегия обсуждения культурного события осуществляется ведущими и гостями: они проявляют себя как специалисты, носители культурно-просветительской информации, актуальной для адресата. Стратегия оценивания ведущих в комментариях адресата включает в коммуникативный процесс слушателя, который не только эмоционально реагирует на обсуждение в студии, но и нередко проявляет себя как участник, компетентный в обсуждаемых вопросах. Оценивая ведущих программы, слушатели отмечают их интеллектуальные, профессиональные, этические качества, роль в достижении цели программы. Похвала и благодарность слушателей в адрес ведущего расценивается нами как свидетельство эффективности культурно-просветительской стратегии программы и изучаемой разновидности радиодискурса.

1. Коммуникативная стратегия презентации гостя программы предусматривает представление приглашенных в программу лиц, авторитетных в объявленной теме или непосредственно причастных к обсуждаемому культурному событию. Указанная стратегия, реализуясь посредством двух коммуникативных тактик, раскрывает специфику изучаемого дискурса по признаку *состав участников*.

Коммуникативная тактика официального представления гостя осуществляется включением в высказывание слов *гость / гостя*, информации о его профессии / деятельности и является демонстрацией того, из каких сфер культуры и какого социального, статусного, интеллектуального уровня люди приглашаются в программу. Языковыми маркерами данной коммуникативной тактики становятся существительные, называющие личные имена гостей, их профессиональные и социальные позиции: *режиссер, редактор, заместитель редактора, продюсер, лингвист, публицист, автор, специалист* и др. В эфире радиостанции «Эхо Москвы» – **Алексей Красовский, режиссер**⁵; **Наталья Иванова, первый заместитель главного редактора журнала «Знамя», публицист** (Культурный шок, 20.10.2019); В нашей студии на «Эхе Москвы» **Андрей Архангельский, редактор отдела культуры журнала «Огонек»** (Культурный шок, 15.09.2019); *Представлю наших гостей. В студии «Эха Москвы» – Ирина Левонтина, лингвист, специалист по судебной лингвистической экспертизе* (Культурный шок, 13.10.2019); *Так я обозначила тему для разговора с нашими гостями, а наши гости – это театральные продюсеры. Татьяна Лукьянова* (Культурный шок, 28.09.2019); *Сейчас подойдет наша гостя. Это Анна Сергеева-Клятис, автор новой книжки о Пастернаке, которая вышла в*

издательстве «Молодая гвардия» (Книжное казино, 01.02.2015).

Коммуникативная тактика представления достижений (профессиональных, общественных) прямо или косвенно указывает на статус, авторитет гостя, его популярность в стране и за рубежом, на социальную значимость его профессиональной или общественной деятельности. Так, информация о заслугах Дмитрия Смирнова подчеркивает, что приглашенному в студию гостю отводится важная роль в обсуждении поставленных вопросов. *Что важно помнить, что Дмитрий Смирнов – это лицо Русской Православной Церкви, он не только получил награды от государства и от РПЦ, но и занимает должность в Московском Патриархате, представляет в СМИ Церковь. В данный момент он является главой патриаршей комиссии РПЦ по делам семьи, материнства и детства* (Культурный шок, 11.06.2015). Активное использование в такого рода высказываниях однородных членов предложения обеспечивает детальное представление приглашенного лица, создает его словесный портрет как человека неординарного.

2. Коммуникативную стратегию обсуждения культурного события реализуют многочисленные коммуникативные тактики, применяемые ведущими и гостями студии. Проиллюстрируем некоторые из них, наиболее ярко демонстрирующие специфичность культурно-просветительского радиодискурса.

Коммуникативная тактика объявления темы выпуска реализует признак *тематической доминанты*. Маркером коммуникативной тактики является слово *тема*: *Начинаем программу «Культурный шок». У микрофона Ксения Ларина. Наша тема сегодня – «Срок за текст: лингвистическая экспертиза как приговор»* (Культурный шок, 13.10.2019).

В высказываниях обращается внимание на особенность и значимость предлагаемой к обсуждению темы: *У нас сегодня такая театральная передача <...> «Театр прямого действия – запретные темы в жизни в искусстве»* (Культурный шок, 28.09.2019); *У нас очень актуальная тема: «Самоцензура – способ самовывживания или самоуничтожения?»* (Культурный шок, 20.10.2019); *«Гражданин Артист: когда музы не молчат» – так красиво мы сформулировали тему сегодняшней передачи* (Культурный шок, 22.09.2019); *Искусство и политика. Ха-ха-ха, какая новая тема! «Нужно ли проверять артистов на патриотизм?» <...> Ну, на самом деле, конечно же, мы говорим на вечную тему – взаимоотношения художника и власти* (Культурный шок, 03.03.2019).

Коммуникативная тактика указания времени и места культурного события непосредственно связана с коммуникативной целью исследуемого дискурса, так как выполняет информационно-побудительную функцию, ориентирована на побуждение слушателей к участию в анонсируемых культурных мероприятиях: *Все дороги на нынешней неделе вели знаете куда? На ярмарку Non-Fiction в ЦДХ на Крымском валу. Как и прошлые годы ярмарка, ожидаемая книжниками* (Непрошедшее время, 29.11.2015); *На этой неделе в Эрмитаже научной конференцией отмети-*

ли 40-летие архитектурно-археологической экспедиции (Непрошедшее время, 15.11.2015). *«Легендарная Ордынка». Вечер пройдет в Большом зале 11 декабря* (Непрошедшее время, 13.03.2016).

Коммуникативная тактика оценивания обсуждаемого события и его участников используется ведущими и гостями студии с выраженной прагматической целью – воздействовать на слушателя, вовлечь его в обсуждение. Высокое мнение ведущего о деятелях культуры реализуется через оценивание конкретных результатов их творческой деятельности: *«Хранители» (они же Watchmen, они же «Часовые») – это великий роман, который, мне кажется, очень удачно был экранизирован уже однажды* (Культурный шок, 15.09.2019); *В любом случае, сюжет ужасно интересный, мне кажется, с первой минуты читатель сразу попадает в плен этого удивительного вымысла* (Непрошедшее время, 21.02.2016); *Это книга такая откровенная, такая настоящая, прожитая реально, написанная кровью* (Непрошедшее время, 21.02.2016); *Вот прочитаю – хорошее стихотворение... это хорошее стихотворение* (Книжное казино, 01.02.2019).

Особенность реализации данной коммуникативной тактики состоит в том, что положительную оценку, нередко содержащую восхищение, получают лица, не являющиеся собеседниками ведущего, не присутствующие в студии: *Сергей Батаев, замечательный совершенно на нынешний день артист труппы театра имени Вахтангова* (Культурный шок, 17.03.2019); *Лобков замечательный! <...> Он звучит, как настоящий большой артист. Просто умница! Великолепный, великолепный! Он не как Лобков работает, а он работает как прекрасный актер* (Культурный шок, 23.06.2019); *И Юра Колокольников, мне кажется, потрясающе справился с этой ролью* (Культурный шок, 23.06.2019).

Эмоциональность приведенных в качестве иллюстрации высказываний репрезентируется положительно-оценочными прилагательными (*замечательный, прекрасный, великолепный, хороший, интересный, удивительный, настоящий, большой, великий, откровенный* и др.), определительным местоимением *такой*, наречиями *очень, потрясающе, удачно, ужасно* в функции усилителя положительного признака или оценки действия, существительным *умница*, однородными членами предложения (*прожитая реально, написанная кровью* – о книге), восклицательными предложениями.

Коммуникативная тактика благодарности используется, прежде всего, ведущими для передачи чувства уважения к деятелям культуры, учреждениям культуры, общественным деятелям, тем самым конкретизирует роль участников программы в культурной жизни России. Благодарность выражается словом *спасибо* и формами перформативного глагола (*по*)*благодарить*. *Спасибо вам за такую формулировку в части истории* (Культурный шок, 17.03.2019); *Спасибо Писательскому Дому и Александру Войнову* (Непрошедшее время, 03.03.2016); *Мы должны поблагодарить команду Центра Мейерхольда* (Культурный шок, 28.09.2019); *Благодарю за поддержку*

Юлию Егорову (Непрошедшее время, 16.04.2017). В анализируемых текстах имеют место случаи ответной личной благодарности гостя программы: *Да, спасибо вам за то, что вы говорите, как вам кажется, что я его ученица, мне тоже это казалось* (Культурный шок, 17.03.2019).

Коммуникативная тактика актуализации проблем в сфере культуры способствует раскрытию тематики программ, позволяет участникам коммуникации акцентировать внимание на проблемных вопросах, волнующих социум. Основными вербальными показателями данной тактики являются слово *нет* в функции безличного сказуемого, глаголы с отрицательной частицей *не*, усилительные конструкции с частицей *ни*, вводная конструкция *к сожалению*. Приведем для примера фрагмент текста, насыщенный перечисленными маркерами, а также другими языковыми единицами разных частей речи, реализующими указанную интенцию (*невозможно, беда, просто* в значении усилительной частицы, местоимение *какой-то* для выражения досады: *беда какая-то*). *У нас, к сожалению, не получается показать «Софичку» в Абхазии. Фильм снят на абхазском языке. Абхазские актеры снимались в фильме. Но в Абхазии нет сил, возможностей, ни организационных, ни административных, к сожалению, чтобы собрать оборудование профессиональное. В Абхазии нет ни одного кинотеатра, просто ни одного кинотеатра. Можете себе представить положение республики, где невозможно показать в профессиональном формате профессиональное кино. Даже первое кино, которое вот так вот снято на абхазском языке. Беда какая-то* (Непрошедшее время, 16.04.2017).

Коммуникативная тактика обсуждения условий для осуществления культурного события используется с целью демонстрации активной и успешной организационной работы деятелей культуры. Так как ситуации рассматриваются самые разные, маркерами становятся также разнообразные языковые средства. В числе частотных маркеров рассматриваемой тактики выступает прилагательное *профессиональный*. Они нам *предоставили свой ресурс, какой-то профессиональный, пространство, немного времени и с ними это не просто отношения аренды. Это такие партнерские отношения* (Культурный шок, 28.09.2019); *А мы в фонде смогли, в общем, обеспечить профессиональные условия: и профессиональное оборудование, и профессиональную перезапись на студии, и профессиональных сотрудников в съёмочной группе, ассистентов по поиску актеров в Москве и Санкт-Петербурге. То есть на него работал большой коллектив людей, очень большой коллектив людей* (Непрошедшее время, 16.04.2017).

Коммуникативная тактика визуализации культурного события выполняет функцию привлечения внимания адресата посредством размещения на сайте радиостанции иллюстраций, сопровождающих информацию о культурном событии (рис. 1, 2), обеспечивает расширение каналов распространения культурно-просветительской информации и способов ее восприятия.

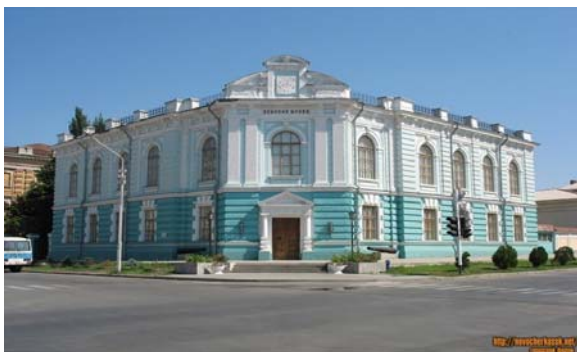


Рис. 1. Фото: Музей Донского казачества «Новочеркасск – город как персонаж» (Непрошедшее время, 03.03.2019)



Рис. 2. Фото: С 1 по 5 ноября 2018 г. в Красноярске в двенадцатый раз проходит ярмарка книжной культуры. День третий (Книжное казино, 03.11.2018)

3. Коммуникативная стратегия оценивания ведущего культурно-просветительской программы в комментариях слушателей. Комментарий к радиопрограмме, будучи новым медиатекстом, с одной стороны, и структурной и коммуникативной единицей радиодискурса, с другой, реализует в радиокommunikации обратную связь. Становясь комментатором, слушатель выполняет одновременно функции адресата и адресанта. Как адресант он осуществляет коммуникативную цель оценивания обсуждаемых коммуникативных событий и причастных к их осуществлению лиц посредством выражения личного мнения.

В комментариях слушателей коммуникативная стратегия оценивания является доминирующей и осуществляется в отношении ведущего, гостя и других слушателей программы. Продемонстрируем реализацию указанной стратегии на примере комментариев, адресованных ведущим. Оценивание ведущего выражается как в положительных, так и отрицательных комментариях. К анализу привлечем положительно-оценочные комментарии, которые свидетельствуют о достижении коммуникативной цели культурно-просветительских программ и реализуются соответствующими коммуникативными тактиками.

Коммуникативная тактика похвалы в адрес ведущих осуществляется прямо и опосредованно. Прямой похвалой (с указанием имени, использованием обращения) отмечается профессионализм ведущих. Неизвестный⁶: *Очень нравится ведущая Ксения Ларина, умничка* (Культурный шок, 15.04.2018). Слушателями нередко используются образные сравнения. lakilama: *Майя Пешикова – это как луч солнца в пасмурный день. Обожаю, уважаю, люблю* (Непрошедшее время, 08.01.2012); grigori1951: *Светлый Человек Майя Пешикова и передачи у нее светлые. Обожаю!* (Непрошедшее время, 29.05.2011).

Косвенная похвала, адресованная ведущему, содержится в высокой оценке содержания радиопередачи. Solomonster: *исключительно качественная передача. Глубокие мысли, точные формулировки, актуальные и продуманные оценки* (Культурный шок, 14.11.2017); gerna: *Изумительный рассказ!* (Непрошедшее время, 19.01.2014). Наиболее активно используются маркеры *интересный, интересно*. valko: *Очень интересно! Слушала с величайшим удовольствием* (Непрошедшее время, 19.02.2012); irene: *За-*

мечательная передача! Много интересного. Спасибо! (Непрошедшее время, 20.11.2011); fedora2: *Очень интересно* (Книжное казино, 29.04.2018); gad123: *Множество очень интересных подробностей узнал из передачи, спасибо* (Непрошедшее время, 21.09.2014); ArchiLi: *Интересно получается* (Культурный шок, 30.09.2017); irene: *Очень интересная, теплая передача* (Непрошедшее время, 21.11.2010).

С целью усиления эмоциональности и экспрессивности в комментариях используются графические средства – имена ведущих, название радиостанции; языковые единицы, выражающие чувства, выделяются прописными буквами. Aleksander kobuladze: *очень интересные воспоминания. И, вы, МАЙЯ, молодец, что не перебиваете и даете возможность говорить так, как ДУШЕ ГОСТЯ ХОЧЕТСЯ!* (Непрошедшее время, 22.02.2015).

В приведенных примерах в качестве прагматически нагруженных языковых единиц выступают: *молодец, умничка, первое место, настоящий подвижник культуры, очень нравится; как луч солнца в пасмурный день, светлый Человек*, слова признания в форме глаголов (*обожаю, уважаю, люблю*); отмечается деликатное отношение к собеседнику (*не перебиваете и даете возможность говорить*).

Коммуникативная тактика благодарности используется для выражения чувства признательности ведущим за понравившуюся программу; презентуется маркером (*большая*) *благодарность*, (*большое*) *спасибо*, в том числе на английском языке или в форме транслитерации; boston_com: *Очередной замечательный эфир. Спасибо, Майя!* (Непрошедшее время, 18.09.2011); weiss: *Огромная благодарность Мае Пешиковой. Очень важно – не забыть поколение наше и наших родителей. Поколение тонкого слоя интеллигенции* (Непрошедшее время, 08.01.2012); zemljanka: *!!! Thanks* (Книжное казино, 31.12.2017); zemljanka: *SPASIBO!!!* (Непрошедшее время, 12.10.2014).

Обращенная ведущему благодарность конкретизируется конструкцией *спасибо за что / кого*: zemljanka: *спасибо за замечательный поклон – светлая память* (Непрошедшее время, 19.07.2016); vovan_pgoгу: *Большое спасибо Майе Пешиковой за две великолепные передачи о Довлатове* (Непрошедшее время, 08.05.2011); Nds: *Очень большая благодарность за передачу* (Культурный шок,

04.11.2017); gad123: *За передачу спасибо! Оказывается, что есть еще фильмы, которые можно смотреть! (Выдрать их из инета пока тяжело!!)* (Культурный шок, 25.03.2017); Неизвестный: *Спасибо огромное Майе Пешковой за как всегда замечательные передачи* (Непрошедшее время, 21.08.2011).

Эмпирический материал демонстрирует закономерное явление – похвалу и благодарность в одном высказывании. gomashka: *Интересная передача. Спасибо за гостей. Ксения Ларина молодец!* (Культурный шок, 02.09.2017); zja: *Хорошая передача, хорошие гости* (Книжное казино, 06.05.2018); vovochka1937: *Очень интересная передача. Умные, образованные люди* (Книжное казино, 08.10.2017).

Высказывания, выражающие похвалу и благодарность ведущим за приглашенных гостей, отличаются особой эмоциональностью: Неизвестный: *Уважаемая Майя, большое спасибо за то, что подвигли нас снова окунуться в обаяние творчества Довлатова, а также за интересную, обаятельную гостью с живым, хорошим русским языком. Я бы за вашу работу поставила высший балл!* (Непрошедшее время, 28.08.2011); valko: *Большое спасибо за передачу с Людмилой Сараскиной. Умный, глубокий рассказ. Благодарю за сильные впечатления* (Непрошедшее время, 20.11.2011). Полагаем, такие высказывания можно квалифицировать как адресованные одновременно ведущим и гостям программы.

Коммуникативная тактика благодарности часто сочетается с тактиками пожелания, поздравления и демонстрирует расположение слушателей к ведущим, заинтересованность в их личном успехе и успехе программы: *Спасибо, что пригласили такого интересного гостя! Мужественных, честных и совестливых людей так мало в нашей жизни. Всем вам здоровья и счастья!* (Непрошедшее время, 09.02.2014); ехо_ехо2: *С Новым Годом дорогая Ксения! Спасибо Вам огромное за то, что Вы, несмотря ни на что, продолжаете делать какие-то очень важные для всех нас вещи на этом островке под названием «Эхо»* (Культурный шок, 31.12.2016).

Тактика коммуникативного сближения выполняет особую функцию, свидетельствующую о доверии, которое оказывает слушатель ведущему. Способами выражения со стороны слушателя становятся уменьшительно-ласкательные формы обращения, прилагательное дорогой (дорогая): fedutinova: *Маечка! Какая Вы молодец, что пригласили В.В. Познера! Как искренне, интересно и прекрасно он говорит! Жду с нетерпением следующих выпусков! Спасибо! Наталия Семеновна* (Непрошедшее время, 19.02.2012); Неизвестный: *Дорогая Майя, Вы как никто умеете раскрыть человека, всегда слушаю Вашу передачу, без Вас не мыслю Эхо Москвы* (Непрошедшее время, 16.11.2014).

Характеризуя тактику коммуникативного сближения, отметим эксплицитное желание слушателя участвовать в формировании тематики программы и приглашении гостей. Commander45: *спасибо, Майя за интересную передачу! А вот небольшой материал по теме Серова: a/kras.cc/2016/02/blog-post_101.html* (Непрошедшее время, 31.01.2016); *Какой потрясаю-*

щий эксперт! Пригласите его на особое мнение или персонально ваш (Книжное казино, 29.10.2017). Такие высказывания, с нашей точки зрения, свидетельствуют об интеллектуальном потенциале целевой аудитории культурно-просветительских радиопрограмм.

Результаты и выводы

Текстовые иллюстрации, репрезентирующие высказывания ведущих о гостях программы, гостей и ведущих – о культурных событиях, слушателей – о ведущих, доказывают, как представляется, правомочность выделенных базовых признаков культурно-просветительского радиодискурса. Организацию коммуникации в данном дискурсе определяют ведущие – профессионалы в области журналистики, ориентированной на просвещение адресата в сфере культуры. Доминирующая роль в обеспечении содержательной части программы отводится гостям. Слушатели участвуют в коммуникации как равноправные участники.

Коммуникативно-прагматический подход, в центре которого находится исследование применяемых участниками дискурса коммуникативных стратегий и тактик, подтвердил, что доминирующей целью изучаемого дискурса является культурно-просветительское воздействие на адресата. Коммуникативная цель участников, находящихся в студии, базируется на стремлении сформировать у слушателя впечатление о значимости проходящих в стране культурных событий, о людях, непосредственно связанных с ними, и таким образом расширить познавательную сферу массовой аудитории.

Высказывания участников эфира и слушателей, приведенные в качестве иллюстраций анализируемых стратегий и тактик, насыщены языковыми единицами, обладающими прагматическим потенциалом или обретающими прагматический смысл в условиях контекста. Выделенные языковые средства не представляют собой конечный список, так как не могут быть конечными варианты речевого поведения, обусловленные многообразием коммуникативных ситуаций.

Очевидным и закономерным является то, что многие отобранные для анализа в данной статье стратегии и тактики вне контекста рассмотрения являются универсальными. Например, коммуникативная стратегия презентации гостя программы обязательна для любой радиопрограммы и телевизионной программы в жанре беседы. В рамках данного исследования она привлечена как необходимая для раскрытия состава участников анализируемых программ. Тактика благодарности не является свойственной только изучаемой разновидности дискурса, универсальна и способна выражения благодарности в языке. Для настоящего исследования важно, что в анализируемых радиотекстах специфичны как субъект благодарности (слушатель конкретной программы), так и объект благодарности (ведущий), а также основание для благодарности (за что / за кого благодарят слушатели).

К универсальным также можно отнести тактику визуализации, но в радиодискурсе, отличительной

особенностью которого традиционно считается отсутствие визуализации, отмеченный способ взаимодействия с адресатом свидетельствует об изменениях в сфере радиокommunikации и о формировании нового набора свойственных радиодискурсу (и его культурно-просветительскому сегменту) признаков. И в этом смысле тактика специфична.

Сделанное примечание относится также к ряду других тактик, выделенных в ходе анализа эмпирического материала. Значимым при этом остается то, что коммуникативно-прагматическая специфика и ком-

муникативное единство рассмотренных стратегий и тактик сохраняется благодаря коммуникативной цели данной разновидности радиодискурса – просвещению в сфере культуры.

Научная значимость полученных результатов состоит в том, что определение базовых признаков одного из важнейших сегментов радиодискурса и выявление его коммуникативно-прагматической специфики способствуют развитию подходов к изучению радиодискурса и обогащают теорию медиадискурса.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ «Книжное казино». URL: <https://echo.msk.ru/programs/kazino/>

² «Культурный шок». URL: <https://echo.msk.ru/programs/kulshok/>

³ «Непрошедшее время». URL: <https://echo.msk.ru/programs/time/>

⁴ См., например, ссылки:

voiceoffreerussia.org > smotret-i-slushat-setevizor-echo-mosk

Home / Трансляция Сетевизор Эхо Москвы Прямой эфир Смотреть онлайн...

<https://radiomayak.ru> > videos Видео / Радио Маяк. ...

⁵ Здесь и далее текстовые иллюстрации даются с сохранением орфографии и пунктуации оригинального текста. Полуужирным шрифтом выделены прагматические нагруженные языковые единицы.

⁶ Неизвестный: так в работе обозначается комментатор, не указавший свой никнейм.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гегелова Н.С. Культурно-просветительская миссия телевидения : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2012. 31 с.
2. Листвина Е.В. Социокультурная ситуация и культурные ориентиры современности // Известия Саратовского университета. 2015. № 1. С. 30–34.
3. Березин В.М. Структура и смыслы электронной медиаречи // Современная коммуникативистика. Научные исследования и разработки. 2013. № 4. С. 48–54.
4. Вартанова Е.Л. Конвергенция как неизбежность. О роли технологического фактора в трансформации современных медиасистем: От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / под ред. Я.Н. Засурского, Е.Л. Вартановой. М., 2000. С. 37–55.
5. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М. : ФЛИНТА, 2008. 263 с.
6. Дускаева Л.Р. Векторы прагматического анализа в медиалингвистике // Медиалингвистика. 2019. Т. 6, № 1. С. 4–18.
7. Кемова К.В. Медиадискурс как объект междисциплинарного исследования // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. 2012. № 18. С. 34–42.
8. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 2 (83). С. 13–21.
9. Коньков В. И. Необратимость речи как особенность коммуникативного акта // Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах : докл. междунар. науч. конф. М., 2010. С. 44–47.
10. Попова Т.И. Актуальные направления исследования медийного интернет-пространства // Медиалингвистика. URL: <https://medialing.ru/author/popovati/> (дата обращения: 27.10.2018).
11. Барабаш В.В. Тема культуры в эфире государственного радиовещания постсоветской России : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2006. 29 с.
12. Биттер М.В., Симбирцева Н.А. Культурно-просветительская деятельность // Человек в мире культуры. 2017. № 2/3 (21). С. 226–230.
13. Болотнов А.В. О некоторых особенностях современной информационно-медийной личности // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2014. № 2 (143). С. 52–55.
14. Босый П.Н. Современная радиоречь в аспекте успешности / неуспешности речевого взаимодействия : дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2006. 206 с.
15. Перевалов В.В. Культуроформирующая деятельность журналистики (условия и факторы оптимальной реализации культуроформирующих функций СМИ) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2003. 24 с.
16. Толстунова М.А. Культуроформирующие функции деловой прессы (газеты «Коммерсантъ» и «Ведомости») // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 1 (2). С. 350–354.
17. Фашанова С.В. Коммуникативные стратегии презентации и самопрезентации и способы их языкового воплощения в радиопрограммах о культуре // Казанская наука. 2015. № 11. С. 194–196.
18. 王迪, 葛文婕. 从“专业化”到“社会化”:教育广播的演变和前景 // 中国广播. 2016. № 5. Р. 63–66. Ван Д., Гэ В. От «специализации» к «социализации»: эволюция и перспективы просветительского радио // Китайское радио. 2016. № 5. С. 63–66.
19. De la Torre Mario. Espinosa La programación cultural de los medios comunitarios: El caso de Radio Almaina // DIXIT. 2018. № 29. Р. 84–97.
20. 南竺君, 熊忠辉. 共生与融合:文化教育类节目的现状与未来 // 声屏世界. 2013. № 11. Р. 15–17. Нань Ч., Сюнь Ч. Симбиоз и интеграция: современная ситуация и перспектива культурно-образовательных программ // Мир голоса & экрана. 2013. № 11. С. 15–17.
21. 牛子煜. 浅析文化教育类节目的创新与升级 // 电视指南. 2017. № 18. Р. 234–235. Ню Ц. Анализ инноваций и моделирования культурно-просветительских программ // Телегид. 2017. № 18. С. 234–235.
22. Freedman B.C. Radio and Facebook: The relationship between broadcast and social media software in the US, Germany, and Singapore. FirstMonday 17. 2012. № 4.
23. Абросимова Е.А., Кравченко Ю.Д. Читательский комментарий как феномен интерпретации медиатекста (на материале интернет-комментариев и данных эксперимента) // Медиаскоп. 2017. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2317>
24. Галванова О.Е. Коммуникативный жанр как методологический концепт изучения форм социального взаимодействия // Социологические исследования. 2010. № 6. С. 80–86.
25. Дахалаева Е.Ч. Интернет-комментарий и интернет-отзыв: параметры жанрового разграничения /// Современные проблемы науки и образования. Улан-Удэ, 2014. № 6. С. 10–12.

26. Кузьмина Н.А., Абросимова Е.А. Интертекстуальный знак как маркер информативности текста (на материале комментариев к публикациям Esquire.ru) // Коммуникативные исследования. 2015. № 2 (4). С. 128–140.
27. Митягина В.А. Интернет-комментарий как коммуникативное воздействие // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвуз. сб. науч. тр. Орел, 2012. С.188–197.
28. Сидорова И.Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 23 с.
29. Степанова Л.Н. Комментарий в современном информационно-коммуникативном пространстве: перспективы лингвистического исследования // Современная филология : материалы II междунар. науч. конф. Уфа, 2013. С. 94–97.
30. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 4-е изд. М. : КомКнига, 2006. 288 с.
31. Колышкина Т.Б. Адресант и адресат в рекламной коммуникации // Актуальные процессы современной социальной и массовой коммуникации. Ярославль, 2009. С. 193–199.
32. Панфилова С.С. Гипертекст–адресант–адресат. М. : Мордовский гос. ун-т им. Н.П. Огарёва, 2014. 132 с.
33. Ермоленкина Л.И. Диалогические модели взаимодействия автора и адресата в дискурсивном пространстве развлекательного радио // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2016. № 10 (175). С. 36–40.
34. Стрельникова Е.А. Интерактивное вещание на региональном радио : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 26 с.
35. Арсеньева Т.Е. Реализация тактики коммуникативного равенства в просветительском радиодискурсе (на материале программы «Говорим по-русски») // Мир науки, культуры, образования. 2013. № 5. С. 292–296.
36. Волкова А.А. Роль контекста в восприятии и понимании иноязычных вкраплений в радиокommunikации // Вестник Московского университета. 2014. № 4. С. 67–72.
37. Волкова Е.В. Анализ языковой личности радиоведущей «Эха Москвы» Ксении Лариной // Вестник Томского государственного университета. 2018. № 434. С. 12–18.
38. Фашанова С.В., Цзюй Ч. Коммуникативные стратегии самопрезентации и способы ее языкового моделирования в культурно-просветительском радиодискурсе // Казанская наука. 2017. № 3. С. 59–61.
39. Сабаева Ю.С. Коммуникативные тактики создания медиаобраза Сибири в региональном радиотексте. 2017 // Огарёв-онлайн. Филологические науки. URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/kommunikativnye-taktiki-sozdaniya-mediaobraza-sibiri-v-regionalnom-radiotekste>
40. Грибова Е.И. Форматная стратегия в реализации речевого воздействия в новостном анонсе на радио // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 20 (235). С. 79–83.
41. Егوشкина В.А. Речевые стратегии привлечения и удержания внимания адресата в развлекательном радиодискурсе // Коммуникативные исследования. 2018. № 2 (16). С. 115–127.
42. Малышева Е.Г., Егوشкина В.А. Фатическая радиобеседа как базовый жанр развлекательного радиодискурса // Филология в XXI веке. 2019. № S1. С. 191–196.
43. Нестерова Н.Г. Культурно-просветительский потенциал российского радио // Стилистика сегодня и завтра: Медиаекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах : матер. конф. М., 2014. Ч. 2. С. 271–275.
44. Нестерова Н.Г. Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект). 2-е изд. М. : Флинта, 2019. 320 с.
45. Цзюй Ч. Стратегия презентации книги в культурно-просветительской радиопрограмме // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12, вып. 6. С. 337–341.
46. Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л.Р. Дускаевой; редкол.: В.В. Васильева, Ю.М. Коняева, А.А. Малышев, Т.Ю. Редькина. М. : Флинта, 2018. 440 с.
47. Нестерова Н.Г. Радидискурс и радиотекст в условиях новых коммуникаций // Медиалингвистика. 2019. № 6 (3). С. 382–402.

Статья представлена научной редакцией «Филология» 5 ноября 2020 г.

Cultural and Educational Radio Discourse: On Basic Features and Communicative-Pragmatic Specifics

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2020, 461, 45–56.

DOI: 10.17223/15617793/461/6

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

Chuanya Ju, Sun Yat-sen University (Zhuhai, China). E-mail: 450076784@qq.com

Keywords: cultural and educational radio discourse; basic features; radio text; hypertext; new text; communicative strategy; communicative tactics; communicative-pragmatic specifics.

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

The article aims to consider cultural and educational radio discourse as a specific phenomenon, to describe its basic features and communicative and pragmatic specifics. The sources of the empirical material were the cultural and educational programs of the Echo of Moscow radio station arranged in the genre of conversation: Book Casino, Culture Shock, Non-Past Time released in 2011–2019, and listeners' comments. The archive of the contexts includes 1,290 statements of the hosts and guests of the studio, 297 comments. The material was analyzed in three stages: 1) listening to the on-air recording: the communicative intentions of the program participants were determined, taking into account the intonation features of the interlocutors' speech; 2) describing the linguistic means of implementing communicative tactics, taking into account the contextual use; 3) analyzing listeners' comments on the basis of comprehending the communicative situation of the program the comment was on, the intentions expressed by the author, and the contextual use of linguistic units. The study employed a communicative-pragmatic approach, implemented by a number of methods. The method of discourse analysis was used to determine the structure of radio discourse, to identify cultural and educational radio discourse as its segment, to argue for the inclusion of listeners' comments in the studied discourse field. The method of intent analysis was used to identify communicative tactics. The linguistic representation of strategies and tactics was examined using linguistic analysis, including the contextual analysis of linguistic units. The basic features of cultural and educational radio discourse were described according to the following parameters: communicative goal, subject matter, distribution channel, type of authorship, forms of existence, functional-genre type, way of perception, participants. It has been substantiated that the communicative goal of education in the sphere of culture is specific; it shapes the studied variety of discourse. The hosts determine the organization of the discourse. Guests play the dominant role in providing the content of the program. Listeners participate in communication as equal participants. Based on the basic features, cultural and educational radio discourse is defined as a type of radio discourse, which is distinguished by the communicative goal of education in the field of culture, which determines the topics of the programs, the choice of communication strategies and tactics, the nature of the speech behavior of the participants in communication. The communicative and pragmatic specifics of cultural and educational radio discourse have been analyzed through the study of the strategies of: (1)

presentation of the guest of the program, (2) discussion of the cultural event, (3) evaluation of the presenters of the program in listeners' (addressees') comments. It has been revealed that the statements of program participants and listeners are replete with linguistic units with pragmatic potential that develops the cognitive sphere of the addressee.

REFERENCES

1. Gegelova, N.S. (2012) *Kul'turno-prosvetitel'skaya missiya televideniya* [Cultural and educational mission of television]. Abstract of Philology Dr. Diss. Moscow.
2. Listvina, E.V. (2015) Social and Cultural Situation and Cultural Landmarks of Modernity. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya Seriya. Seriya: Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika – zvestiya of Saratov University. New Series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy*. 1. pp. 30–34. (In Russian).
3. Berezin, V.M. (2013) Structure and essence of the media language. *Sovremennaya kommunikativistika. Nauchnye issledovaniya i razrabotki*. 4. pp. 48–54. (In Russian). DOI: 10.12737/819
4. Vartanova, E.L. (2000) Konvergentsiya kak neizbezhnost'. O roli tekhnologicheskogo faktora v transformatsii sovremennykh mediasistem: Ot knigi do Interneta [Convergence is inevitable. On the role of the technological factor in the transformation of modern media systems: From books to the Internet]. In: Zasurskiy, Ya.N. & Vartanova, E.L. (eds) *Zhurnalistika i literatura na rubezhe novogo tysyacheletiya* [Journalism and Literature at the Turn of the New Millennium]. Moscow: Moscow State University. pp. 37–55.
5. Dobrosklonskaya, T.G. (2008) *Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI* [Medialinguistics: a systemic approach to learning the language of the media]. Moscow: FLINTA.
6. Duskaeva, L.R. (2019) Vectors of Praxeological Analysis in Media Linguistics. *Medialingvistika – Media Linguistics*. 6 (1). pp. 4–18. (In Russian).
7. Kemova, K.V. (2012) Mediadiskurs kak ob'ekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya [Media discourse as an object of interdisciplinary research]. *Vestnik Nizhegorodskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta im. N.A. Dobrolyubova – Vestnik of Nizhny Novgorod Linguistics University*. 18. pp. 34–42.
8. Kozhemyakin, E.A. (2010) Massovaya kommunikatsiya i mediadiskurs: k metodologii issledovaniya [Mass communication and media discourse: towards research methodology]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki – Belgorod State University Scientific Bulletin. Series: Humanities*. 2 (83). pp. 13–21.
9. Kon'kov, V.I. (2010) [The irreversibility of speech as a feature of the communicative act]. *Stilistika segodnya i zavtra: mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokul'turologicheskom aspektakh* [Stylistics today and tomorrow: media text in pragmatic, rhetorical and linguocul-turological aspects]. Proceedings of the International Conference. Moscow: Moscow State University. pp. 44–47. (In Russian).
10. Popova, T.I. (2018) Aktual'nye napravleniya issledovaniya mediynogo internet-prostranstva [Current directions of the media Internet space studies]. *Medialingvistika – Media Linguistics*. 5 (3). [Online] Available from: <https://medialing.ru/author/popovati/> (Accessed: 27.10.2018).
11. Barabash, V.V. (2006) *Tema kul'tury v efire gosudarstvennogo radioveshchaniya postsovetsoy Rossii* [The theme of culture in the programs of the state radio broadcasting in post-Soviet Russia]. Abstract of Philology Dr. Diss. Moscow.
12. Bitter, M.V. & Simbirseva, N.A. (2017) Kul'turno-prosvetitel'skaya deyatel'nost' [Cultural and educational activities]. *Chelovek v mire kul'tury*. 2/3 (21). pp. 226–230.
13. Bolotnov, A.V. (2014) Certain Peculiarities of Modern Informational-Media Personality. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*. 2 (143). pp. 52–55. (In Russian).
14. Bosyy, P.N. (2006) *Sovremennaya radiorech' v aspekte uspekhov / neuspekhov rechevogo vzaimodeystviya* [Modern radio speech in the aspect of success/failure of speech interaction]. Philology Cand. Diss. Tomsk.
15. Perevalov, V.V. (2003) *Kul'turoformiruyushchaya deyatel'nost' zhurnalistiki (usloviya i faktory optimal'noy realizatsii kul'turoformiruyushchikh funktsiy SMI)* [The culture-forming activity of journalism (conditions and factors for the optimal implementation of the culture-forming functions of the media)]. Abstract of Philology Cand. Diss. Moscow.
16. Tolstunova, M.A. (2012) Culture-Forming Functions of Business Press (Newspapers “Kommersant” and “Vedomosti”). *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo – Vestnik of Lobachevsky University of Nizhny Novgorod*. 1 (2). pp. 350–354. (In Russian).
17. Fashchanova, S.V. (2015) Kommunikativnye strategii prezentatsii i samoprezentatsii i sposoby ikh yazykovogo voploshcheniya v radioprogrammakh o kul'ture [Communication strategies of presentation and self-presentation and ways of their linguistic implementation in radio programs about culture]. *Kazanskaya nauka*. 11. pp. 194–196.
18. Wang, D. & Ge, W. (2016) From “Specialization” to “Socialization”: Evolution and Prospect of Educational Broadcasting. *China Broadcasting*. 5. pp. 63–66. (In Chinese).
19. De la Torre, M. (2018) Espinosa La programación cultural de los medioscomunitarios: El caso de Radio Almaina. *DIXIT*. 29. pp. 84–97.
20. Nan, Zh. & Xiong, Zh. (2013) Symbiosis and Integration: Current Situation and Future of Cultural and Educational Programs. *Soundscreen World*. 11. pp. 15–17. (In Chinese).
21. Niu, Zi. (2017) On the Innovation and Upgrading of Cultural and Educational Programs. *TV Guide*. 18. pp. 234–235. (In Chinese).
22. Freedman, B.C. (2012) Radio and Facebook: The relationship between broadcast and social media software in the US, Germany, and Singapore. *FirstMonday*. 17 (4).
23. Abrosimova, E.A. & Kravchenko, Yu.D. (2017) Reader comment as a phenomenon of media text interpretation (based on Internet comments and experiment data). *Mediascope – Mediascope*. 2. [Online] Available from: <http://www.mediascope.ru/2317>. (In Russian).
24. Galvanova, O.E. (2010) Kommunikativnyy zhanr kak metodologicheskii kontsept izucheniya form sotsial'nogo vzaimodeystviya [Communicative genre as a methodological concept for studying the forms of social interaction]. *Sotsiologicheskie issledovaniya – Sociological Studies*. 6. pp. 80–86.
25. Dakhalaeva, E.Ch. (2014) Internet-kommentariy i internet-otzyv: parametry zhanrovogo razgranicheniya [Internet comment and Internet review: parameters of genre differentiation]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*. 6. pp. 10–12.
26. Kuz'mina, N.A. & Abrosimova, E.A. (2015) Intertextual sign as a marker of text informative value (On the material of the comments to Esquire.RU content). *Kommunikativnye issledovaniya – Communication Studies*. 2 (4). pp. 128–140. (In Russian).
27. Mityagina, V.A. (2012) Internet-kommentariy kak kommunikativnoe vozdeystvie [Internet commentary as a communicative impact]. In: Pastukhov, A.G. (ed.) *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediynom diskurse* [Genres and types of text in scientific and media discourses]. Orel: OGIIK. pp. 188–197.
28. Sidorova, I.G. (2014) *Kommunikativno-pragmaticheskie kharakteristiki zhanrov personal'nogo internet-diskursa (sayt, blog, sotsial'naya set', kommentariy)* [Communicative and pragmatic characteristics of the genres of personal Internet discourse (site, blog, social network, comment)]. Abstract of Philology Cand. Diss. Volgograd.
29. Stepanova, L.N. (2013) [Comment in the modern information and communication space: Prospects of linguistic research]. *Sovremennaya filologiya* [Contemporary philology]. Proceedings of the International Conference. Ufa: Leto. pp. 94–97. (In Russian).
30. Issers, O.S. (2006) *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech]. 4th ed. Moscow: KomKniga.
31. Kolyshkina, T.B. (2009) [Addresser and addressee in advertising communication]. *Aktual'nye protsessy sovremennoy sotsial'noy i massovoy kommunikatsii* [Current processes of modern social and mass communication]. Yaroslavl: Yaroslavl State Pedagogical University. pp. 193–199.
32. Panfilova, S.S. (2014) *Gipertekst–adresant–adresat* [Hypertext–addresser–addressee]. Moscow: Mordovia State University.

33. Ermolenkina, L.I. (2016) Dialogical Models of Interaction of Author and Addressee in Discursive Space of Entertaining Radio. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*. 10 (175). pp. 36–40. (In Russian).
34. Strel'nikova, E.A. (2007) *Interaktivnoe veshchanie na regional'nom radio* [Interactive broadcasting on regional radio]. Abstract of Philology Cand. Diss. Moscow.
35. Arsen'eva, T.E. (2013) Tactic of Communicative Equality in Educational Radio Discourse (by the Echo of Moscow Radio's Issues of "Govorim Po-Russki"). *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya – The World of Science, Culture and Education*. 5. pp. 292–296. (In Russian).
36. Volkova, A.A. (2014) The role of context in the perception and understanding of foreign elements in radio communication. *Vestnik Moskovskogo universiteta*. 4. pp. 67–72. (In Russian).
37. Volkova, E.V. (2018) The Analysis of the Language Personality of the Radio Presenter of Echo of Moscow Ksenia Larina. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 434. pp. 12–18. (In Russian). DOI: 10.17223/15617793/434/2
38. Fashchanova, S.V. & Tsyuy, Ch. (2017) Kommunikativnye strategii samoprezentatsii i sposoby ee yazykovogo modelirovaniya v kul'turno-prosvetitel'skom radiodiskurse [Communicative strategies of self-presentation and methods of its language modeling in cultural and educational radio discourse]. *Kazanskaya nauka*. 3. pp. 59–61.
39. Sabaeva, Yu.S. (2017) Communicative Tactics of Creating the Media Image of Siberia in Local Radio Text. *Ogarev-onlayn. Filologicheskie nauki*. [Online] Available from: <http://journal.mrsu.ru/arts/kommunikativnye-taktiki-sozdaniya-mediaobraza-sibiri-v-regionalnom-radiotekste>.
40. Gribkova, E.I. (2011) Formatnaya strategiya v realizatsii rechevogo vozdeystviya v novostnom anonse na radio [Format strategy in the implementation of speech influence in the news announcement on the radio]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Chelyabinsk State University Bulletin*. 20 (235). pp. 79–83.
41. Egoshkina, V.A. (2018) Speech Strategies of Attracting and Retaining Attention of Addressee in the Entertainment Radio Discourse. *Kommunikativnye issledovaniya – Communication Studies*. 2 (16). pp. 115–127. (In Russian).
42. Malysheva, E.G. & Egoshkina, V.A. (2019) Phatic Radio Talk as a Basic Genre of Entertaining Radio Discourse. *Filologiya v XXI veke*. S1. pp. 191–196. (In Russian).
43. Nesterova, N.G. (2014) [Cultural and educational potential of Russian radio]. *Stilistika segodnya i zavtra: Mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokul'turologicheskom aspektakh* [Stylistics today and tomorrow: Media text in pragmatic, rhetorical and linguoculturological aspects]. Proceedings of the International Conference. Pt. 2. Moscow: Moscow State University. pp. 271–275. (In Russian).
44. Nesterova, N.G. (2019) *Sovremennyy radiodiskurs (kommunikativno-pragmaticheskiy aspekt)* [Contemporary radio discourse (A communicative pragmatic aspect)]. 2nd ed. Moscow: Flinta.
45. Tsyuy, Ch. (2019) Book Presentation Strategy in Cultural-Educational Radio Program. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*. 12 (6). pp. 337–341. (In Russian). DOI: 10.30853/filnauki.2019.6.71
46. Duskaeva, L.R. (ed.) (2018) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiakh: slovar'-spravochnik* [Medialinguistics in terms and concepts: reference dictionary]. Moscow: Flinta.
47. Nesterova, N.G. (2019) Radio discourse and radio text in the context of new communications. *Medialingvistika – Media Linguistics*. 6 (3). pp. 382–402. (In Russian). DOI: 10.21638/spbu22.2019.308

Received: 05 November 2020