

На правах рукописи



ДРАЧЕВА Юлия Николаевна

**МЕДИАОБРАЗ ЛОКАЛЬНОЙ УСТНОЙ
РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ:
КОГНИТИВНО-ЯЗЫКОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ**

Специальность 10.02.01 – Русский язык

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Архангельск
2019

Работа выполнена на кафедре русского языка, журналистики и теории коммуникации ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет»

Научный консультант: доктор филологических наук, профессор
Ильина Елена Николаевна

Официальные оппоненты: *Гридина Татьяна Александровна*,
доктор филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет», Институт филологии, культурологии и межкультурной коммуникации, кафедра русского языка и общего языкознания, заведующий кафедрой

Дубровина Светлана Юрьевна,
доктор филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Гамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», кафедра русского языка, профессор

Никитин Олег Викторович,
доктор филологических наук, профессор, ГОУ ВО Московской области Московский государственный областной университет, Историко-филологический институт, кафедра истории русского языка и общего языкознания, профессор

Ведущая организация: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского»

Защита диссертации состоится «02» апреля 2020 года в 10 часов 00 минут на заседании диссертационного совета Д 212.008.09, созданного на базе ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова», по адресу: 163002, г. Архангельск, наб. Северной Двины, д. 17, ауд. 1220.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на сайте Северного (Арктического) федерального университета им. М.В. Ломоносова www.narfu.ru.

Автореферат разослан « ____ » _____ 20 ____ г.

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат филологических наук,
доцент

Т.В. Швецова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Медиалингвистика и теория журналистики, когнитивистика и психолингвистика, социалингвистика и лингвокультурология, семиотика и философия, а также другие дисциплины направлены в настоящее время на постижение сути коммуникативных процессов, обусловленных активизацией медиасреды в жизни общества. Данная диссертация посвящена анализу лингвистических особенностей функционирования медиаобраза устной речевой культуры Вологодского края и выполнена в рамках активно развивающегося в настоящее время направления – медиалингвистики. Поскольку медиалингвистика находится на этапе своего становления, то сфера ее функционирования часто определяется предметом изучения – медийной сферой, в то время как исследовательские методы основываются на методах других гуманитарных наук (лингвистики, литературоведения, герменевтики, истории, философии и пр.). В связи с этим **научная значимость** диссертационной работы обусловлена стремлением определить направления динамики методов лингвистического исследования медийных процессов применительно к анализу сложного комплексного феномена – медиаобраза речевой культуры.

В основе исследовательских задач данной диссертации лежит общий интерпретативный подход когнитивных исследований, направленный на выявление «механизмов интерпретации человеком мира и себя в мире» [Демьянков 1994: с. 20]. С одной стороны, прагматическая и воздействующая основа медиатекста позволяет его автору изменять «языковые настройки» в соответствии с коммуникативными целями и моделируемым образом аудитории. С другой стороны, медиатекст является продуктом сложившихся в обществе установок, стереотипов и (если иметь в виду представление речевой культуры в медиа) языковых идеологий как коллективных убеждений о языке.

Современное информационное общество переживает период всевозможной переработки информации – ее перекодирование, переосмысление, пересказ и т. д. На уровне языковых структур возможно проследить языковые механизмы переработки информации и новые формы передачи знания во вторичных текстах. Для выработки модели описания языковых механизмов передачи смыслов первичных текстов (текстов-оригиналов) во вторичных текстах используется понятие медиаобраза как когнитивной (ментальной) структуры репрезентации знания о внеязыковой действительности. Задача исследователя усложняется тем, что в качестве содержания медиаобраза функционирует не образ человека (например, политика – В.В. Путина, Д. Трамп и пр.) или географического понятия (например, образ региона – России, Сибири и пр.), а сложный комплексный феномен – локальная речевая культура. Таким образом, исследование учитывает и специфику изучаемого языкового феномена (локальной речевой культуры), и особенности посвященных этому языковому феномену текстов (широко понимаемых медиатекстов как собственно

материала исследования), а также включает в себя когнитивистский подход к проблеме динамики ментальной репрезентации этого языкового феномена в медиатексте: переход от функционирования прототипа речевой культуры к формированию стереотипа речевой культуры, далее – к образованию медиаобраза речевой культуры на базе ее прототипа и существующих стереотипов, затем к формированию бренда как перцепции медиаобразов и стереотипов.

Локальная устная речевая культура Вологодского края является предметом научного описания с середины XVIII века. К этому виду речевой культуры традиционно относят речь бытовую (в том числе местную/диалектную), профессионально-ремесленную (например, дискурсы отдельных промыслов), фольклорную (сказки, частушки, былички, поговорки и пр.). Данные виды устной речевой культуры формируют тот речевой прототип, который с ростом значимости медиасферы в жизни общества был адаптирован для массового потребления и используется в настоящее время как значимая составляющая характеристики региона, некий «речевой стереотип».

Пространственные рамки исследования определяются понятием «Вологодский край», что отвечает целям исследования в большей степени, чем понятие «Вологодская область», поскольку на протяжении веков границы современной Вологодской области и соседних регионов изменялись и на данной территории существовали различные административно-территориальные единицы: в XVIII веке – Архангелогородская и Ингерманландская губернии, Вологодское наместничество, в XIX веке – Вологодская и Новгородская губернии, в XX веке – Вологодская и Череповецкая губернии, Союз коммун Северной области, Северный край, Ленинградская область, Вологодская область.

Временные рамки исследования задаются историей развития журналистики России и региональных СМИ и позволяют говорить о достаточно устойчивом медиаобразе локальной речевой культуры во второй половине XIX – начале XX века, в 20–90-е гг. XX века, в период с конца XX века по настоящее время. Образ локальной речевой культуры в массовой коммуникации складывается намного раньше, чем появляются СМИ в современном их понимании. Коллективное (разделяемое членами языкового сообщества) восприятие локальной речи на уровне общественного мнения о престижности/непрестижности локальной речевой культуры складывается значительно раньше заданных временных рамок исследования; оно фиксируется в поговорках, дразнилках, бытовых описаниях, мемуарной литературе, разговорниках и т. д. Мы обращаемся к этим источникам, но не описываем на их материале собственно образ локальной речи, так как фрагментарность сведений не позволяет выявить весь спектр оценок локальной речевой практики в период до середины XIX века. Отметим, что ранние черты коллективного восприятия локальной устной речевой культуры частично входят как составная часть в прототип медиаобраза речевой культуры XIX века, будучи предметом обсуждения, оспаривания или тех или иных реминисценций.

Актуальность исследования определяется как внеязыковыми, так и собственно языковыми факторами. Во-первых, в настоящее время мы наблюдаем снижение значимости русского языка в тех регионах мира, где в течение десятилетий русский язык был востребован и использовался значительной частью населения. Поскольку взаимопонимание наций происходит прежде всего на культурном уровне – на уровне понимания духовных ценностей друг друга, для Российской Федерации, которая имеет тысячелетнюю историю передачи культурной традиции и взаимодействия с другими народами, культурное влияние через русский язык стратегически значимо.

На внутригосударственном уровне проблема устной речевой культуры региона и ее отражения в медиа является не менее важной. Российские регионы исторически имеют своеобразную речевую культуру, однако в последние десятилетия она в значительной степени нивелировалась под влиянием речевой практики, транслируемой через СМИ центральных регионов страны и определяющей нормативную речевую базу для населения России, а также под влиянием иноязычной медиасреды (особенно на уровне лексики). В то же время наблюдается повышение внимания к локальной речи, возникают сообщества людей (например, центры традиционной народной культуры, группы в социальных сетях и т. д.), которые заинтересованы в её изучении и продвижении. Во многом этот процесс обусловлен активизацией феномена *региональной идентичности* в условиях глобализации на фоне нивелирующихся региональных отличий, осознанием в обществе региональной отнесенности как фактора, положительно маркирующего языковую личность.

Во-вторых, в эпоху повсеместной медиатизации практически всех сфер жизни общества, мы наблюдаем и медиатизацию языка. Языковые изменения не только начинают восприниматься обществом сквозь призму СМИ, но и зарождаться в медиасреде, обсуждаться в средствах массовой коммуникации, «кодифицироваться» через медиаресурсы. Дисциплина «Язык СМИ» эволюционирует в медиалингвистику – область знания на пересечении языкознания, теории коммуникации, психологии, когнитологии, психолингвистики, риторики, теории журналистики и т. д. Современная интеграция научного знания определяет переход от лингвистики линейного текста к лингвистике нелинейного текста, в частности, многочисленные исследования уже посвящены языковым аспектам нелинейных (поликодовых, креолизованных) текстов массовой коммуникации, т. е. таких, которые сочетают в себе текст и визуальный образ. В социокультурной жизни современного общества, по определению Г. Бема, произошел «иконический поворот», при котором образы предваряют реальность. Изучение образов направлено и на рассмотрение образов – когнитивных структур, которые преломляются через языковое сознание. В медиалингвистических исследованиях это направление можно конкретизировать как лингвистику медиаобраза.

Говоря о лингвистике медиаобраза, мы имеем в виду языковые особенности медиаобраза как комплексного когнитивного (ментального) образования, являющегося характерной особенностью одного из видов дискурса – медиадискурса. Акцентирование внимания на образе, формирующемся именно в массовом сознании посредством массовой коммуникации, связано с превалированием значимости этой когнитивной структуры в процессе формирования ценностных основ современного общества.

Одним из самых продуктивных способов осмысления действительности в медиасфере является создание и распространение медиаобразов. Воздействие медиаобразов на сознание общества приводит к тому, что медиаобраз (как вторичная реальность) начинает оказывать влияние на собственно реальность и определять отношение к объективно существующему феномену. В этих условиях медиаобраз речевой культуры становится актуальным и значимым **объектом изучения**: образ локальной речевой культуры в СМИ предстает как черта, характеризующая население региона или отдельную языковую личность и обладающая спектром положительных или отрицательных оценок, ассоциаций, которые могут быть предметом обсуждения/дискуссии в медиа. Медиаобраз локальной устной речевой культуры зафиксирован в медиатекстах различной жанровой природы, с разными целевыми установками; ему свойственна динамичность, задаваемая прагматичностью его использования, и в то же время некоторая постоянность характеристик и оценок на протяжении некоторого периода времени, в течение которого он может изучаться как целостное когнитивное образование коллективного сознания. Также требует уточнения само содержание понятия «медиаобраз» в условиях его функционирования в системе лингвистического (медиалингвистического) знания. Медиаобраз как способ интерпретации действительности представляет собой когнитивную структуру репрезентации знания, которая функционирует в медиадискурсе и под влиянием его типологических особенностей способствует развитию специфических форм трансфера знаний, в частности трансфера знаний о локальной устной речевой культуре. Трансфер знаний в данной социокультурной сфере приводит к междискурсивному взаимодействию: медийного и академического дискурсов.

Предметом изучения является когнитивно-языковая структура медиаобраза, т. е., с одной стороны, совокупность когнитивно-языковых особенностей медиаобраза (на примере медиаобраза локальной устной речевой культуры), которые являются механизмами его формирования и продвижения, и, с другой стороны, динамические изменения медиаобраза как когнитивной структуры под влиянием процесса трансфера знаний в ходе междискурсивного взаимодействия.

Гипотеза исследования сформулирована следующим образом: существуют объективные языковые и внеязыковые особенности формирования медиаобраза устной речевой культуры, которые могут быть исследованы

лингвистическими методами и описаны как комплексный когнитивно-языковой механизм, позволяющий моделировать реальность и вносить коррективы в уже существующий в массовой коммуникации образ устной речевой культуры через медиасферу с целью его распространения (обеспечения положительного восприятия) или подавления (нивелирования, снижения значимости).

Цель исследования – изучение системы языковых средств создания медиаобраза устной речевой культуры Вологодского края, в частности, системное описание когнитивных и языковых механизмов, благодаря которым осуществляется целенаправленное (и/или стихийное) формирование образа локальной устной речевой культуры в массовой коммуникации. Также характеризуется соотношение медиаобраза локальной речевой культуры с медиаобразом региона как когнитивных (ментальных) структур. Исследование фокусируется на устной речевой культуре Вологодского края как территории, изучение которой значимо для определения факторов формирования национальной и региональной идентичности и региональная речь которой отличается самобытностью, т. е. имеет яркие специфические черты, легко различимые жителями других территорий и потому находящие свое отражение в разных дискурсах массовой коммуникации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие исследовательские **задачи**:

1. Определить содержание ключевых понятий исследования: «медиаобраз», «медиаобраз речевой культуры», «локальная устная речевая культура», «медиаобраз локальной устной речевой культуры», выявить место данных понятий в терминологической системе медиалингвистики и их отношение к понятию «медиаобраз региона», а также прояснить роль соответствующих феноменов в формировании региональной языковой картины мира, локальной языковой личности и региональной языковой идентичности.

2. Обосновать применение исследовательских подходов и методов изучения языковых особенностей формирования медиаобраза в целом и на их фоне охарактеризовать принципы лингвистического описания языковых средств создания медиаобраза локальной устной речевой культуры.

3. Выполнить лингвоэпистемологический анализ медиатекстов, посвященных локальной устной речевой культуре, и прокомментировать связи и отношения между академическим и медийным дискурсами в аспекте трансфера знаний о локальной устной речевой культуре.

4. Описать когнитивные и языковые механизмы формирования медиаобраза устной речевой культуры Вологодского края в современной региональной медиасреде на начальном этапе (XIX в.) и в динамике ее развития, определить этапы/стадии развития медиаобраза устной речевой культуры данного региона.

5. Выполнить сравнительную характеристику динамики медиаобраза локальной устной речевой культуры во временных координатах (на материале региональной прессы XIX–XXI веков) и в территориально-культурных координатах (на материале региональной медиасферы и современной российской медиасреды в целом; для сравнения также привлекаются результаты исследования современных зарубежных медиа).

6. На основании проведенного анализа выявить постоянные и варьирующиеся языковые механизмы создания медиаобраза локальной устной речевой культуры, а также факторы, определяющие динамику медиаобраза речевой культуры.

Источником фактического материала для реконструкции медиаобраза устной речевой культуры Вологодского края послужил тематический корпус текстов региональных СМИ. **Эмпирическая база** исследования представлена более чем 1500 медиатекстами (в том числе аудио- и видеофрагментами) таких средств массовой коммуникации, как: областная газета «Красный Север», газета «Премьер», газета Вологодского района «Маяк», газета Шекснинского района Вологодской области «Звезда», районная газета «Тотемские вести», газета Кирилловского района «Новая жизнь» и некоторые другие районные газеты; литературно-художественный журнал «Вологодский ЛАД», журнал «Бизнес и власть», епархиальная газета «Благовестник», журнал «Благовестник»; материалы филиала ФГУП «ВГТРК» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания “Вологда”» (ГТРК «Вологда»), телеканала «Русский Север», а также материалы сайтов и страниц социальных сетей, принадлежащих региональным СМИ; корпоративные издания, связанные с брендом «Великий Устюг – родина Деда Мороза» (газеты «Морозные новости» и «Вести от Деда Мороза», журнал «Вести от Деда Мороза», сайты бренда, видеофрагменты «Мороз ТВ»); сетевое издание «Культура в Вологодской области» (<http://cultinfo.ru>), информационное агентство «Вологда Регион» (<http://www.vologdaregion.ru>), серия журналов «Куклы в народных костюмах». Для сравнения привлекались статьи газеты «Аргументы и факты» (а также сайта www.aif.ru), материалы научно-популярных серий коллекционных журналов «Коллекция русских икон», «Православные храмы. Путешествие по святым местам», «Православные монастыри. Путешествие по святым местам» и др.; электронные архивы газет «Вологодские губернские ведомости», «Новгородские губернские ведомости», журнала «Вологодские епархиальные ведомости»; материалы конкурса журналистов «МедиаГолос», который проводится для привлечения региональных СМИ и блогеров к объективному и качественному освещению Международного фестиваля народных промыслов «Голос ремесел» (Вологда, 2016 г.); видеоматериалы телевизионных проектов «Святыни России», «Ехал грека. Путешествие по настоящей России», «Письма из провинции» и др.; корпус медиатекстов электронной базы данных «Мультимедийный корпус вологодских текстов “Жизненный круг”».

Сопоставительный аспект исследования позволил реализовать обращение к лексикографическим источникам («Словарь русских народных говоров», «Словарь вологодских говоров», «Словарь русских говоров Карелии и сопредельных областей», «Словарь говоров Русского Севера», «Толковый словарь живого великорусского языка» В.И. Даля, «Словарь областного вологодского наречия в его бытовом и этнографическом применении» П.А. Дилакторского, «Словарь промысловой лексики Северной Руси XV–XVII вв.» и др.), а также к опубликованным и архивным записям речи сельских жителей Вологодского края (база данных «Материалы к словарю языковой личности уроженца Кирилловского района Вологодской области», подготовленная С.А. Ганичевой, экспедиционные тетради диалектологического архива кафедры русского языка, журналистики и теории коммуникации Вологодского государственного университета, издания серии «Народная речь Вологодского края» (2012–2017 гг.) и др.).

Теоретико-методологической базой исследования являются работы, выполненные в рамках коммуникативно-функционального подхода и посвященные языковым аспектам медиаречи (публикации Е.Е. Анисимовой, И.В. Анненковой, Е.И. Бегловой, В.В. Васильевой, Г.О. Винокура, И.Р. Гальперина, А.Т. ван Дейка, Т.Г. Добросклонской, Т.С. Дроняевой, Л.Р. Дускаевой, М.Р. Желтухиной, В.И. Ивченкова, Е.С. Кара-Мурзы, И.М. Кобозевой, М.Н. Кожиной, С.Г. Корконосенко, В.Г. Костомарова, Т.И. Красновой, Е.С. Кубряковой, О.А. Лаптевой, Л.М. Майдановой, О.В. Орловой, К.А. Роговой, И.В. Рогозиной, В.А. Салимовского, С.И. Сметаниной, Г.Я. Солганика, Т.В. Шмелевой и мн. др.), исследования, посвященные изучению типов речевой культуры (работы Л.И. Баранниковой, Е.В. Войналович, В.Е. Гольдина, И.А. Иванчук, В.В. Колесова, Т.В. Кочетковой, Л.П. Крысина, Г.П. Нецименко, С.Е. Никитиной, О.Б. Сиротининой, Н.И. Толстого и др.). Научное освещение различных аспектов локальной речевой культуры Вологодского края (в том числе так называемого «вологодского текста») представлено в работах Е.П. Андреевой, С.Ю. Баранова, Т.Н. Ворониной, С.Х. Головкиной, Л.Ю. Зориной, Е.Н. Ильиной, Т.Г. Паникаровской, С.Н. Патапенко, С.Н. Смольникова, Г.В. Судакова, А.В. Федоровой, Л.Г. Яцкевич и др.

Для осмысления экстралингвистических процессов, определяющих динамику изучаемого явления, использовались работы, посвященные проблемам массовой коммуникации, массовой культуры и феноменологии медиа (Т. Адорно, Р. Барт, М.М. Бахтин, Д. Белл, Ж. Бодрийяр, П. Бурдьё, Н. Винер, М. Кастельс, Н. Коулдри, П. Лазарсфельд, М. Маклюэн, Г. Маркузе, Х. Ортеги-и-Гассет, Э. Фромм, Р. Хорнби и др.), труды по истории журналистики (С.И. Беглов, С.М. Гуревич, В.А. Матвеев, С.А. Михайлов и др.), психолингвистике (Л.С. Выготский, В.П. Белянин, А.А. Леонтьев и др.), культурологии (М.Ю. Лотман, М.К. Мамардашвили, А. Моль и др.), лингвокультурологии (С.Г. Воркачев, В.Г. Гак, В.И. Карасик, В.В. Красных, В.А. Маслова, З.Д. Попова, Г.Г. Слышкин, Ю.С. Степанов, И.А. Стернин, Е.С. Яковлева и др.).

др.), семиотике (Л. Ельмслев, Ч. Пирс, Ф. де Соссюр, Р.О. Якобсон и др.), а также публикации по историческому краеведению, в частности работы по истории и культуре Русского Севера (И.В. Власова, А.В. Камкин, И.А. Морозов, Г.В. Судаков, К.В. Чистов и др.).

Ведущим **методом**, используемым в диссертации, является описательно-аналитический метод, включающий в себя различные виды анализа текста (медиатекста): *собственно лингвистический* анализ явлений различных уровней языковой системы (преимущественно лексический, стилистический, а также социолингвистический анализ), *лингвокультурологический* анализ текста, *корпусный* анализ, *лингвокогнитивный* анализ текста, а также элементы *контент-анализа* поликодовых единств и *дискурсивного* анализа. Теоретическую базу анализа текстов средств массовой коммуникации в нашем исследовании определяет концепция *медиатекста*, разработанная Т.Г. Доброклонской и предполагающая такие параметры описания текста, как способ его создания, канал распространения, функционально-жанровый тип, тематическую доминанту и др., т. е. предлагающая собственно медиалингвистические методы и приемы анализа текста. Важной частью нашей работы является обобщение имеющихся методов изучения медиаобразов и разработка на их основе метода лингвоэпистемологического анализа медиаобраза в преломлении когнитивной теории языка, разрабатываемой в трудах Е.С. Кубряковой, Н.Д. Арутюновой, Н.Н. Болдырева, В.З. Демьянкова, Дж. Лакоффа и др.

Положения, выносимые на защиту:

1. Медиаобраз представляет собой активную когнитивную (ментальную) структуру, которая функционирует в медиадискурсе, получает моно- или поликодовое воплощение в медиатексте и использует другие когнитивные структуры для осуществления информационного трансфера в сфере массовой коммуникации. Медиаобраз локальной устной речевой культуры является частью комплексного медиаобраза региона, характеризует данный регион сквозь призму вербальных, духовно-нравственных и эстетических категорий и строится на основе объективно существующего прототипа локальной устной речевой культуры, объединяющего в себе региональную бытовую речь, промыслово-ремесленную речь и фольклор.

2. Изучение медиаобраза локальной устной речевой культуры фокусируется на тех его характеристиках, которые зафиксированы в медиатекстах и могут быть верифицированы через научное описание прототипа: диалектологические, этнографические и лингвокультурологические исследования бытовой речи, диалектные словари, этнографическое описание технологических процессов, сельского хозяйства и ремесленного производства, словари ремесленной и промысловой лексики, исследования по фольклористике (сказковедению, паремиологии, этнолингвистике) и пр. Прототип локальной устной речевой культуры вербализируется и получает ту или иную оценку в медиатексте. Степень соответствия медиатекста прототипу варьируется в несколь-

ких аспектах. Так, степень достигаемой аутентичности зависит от типа издания (научно-популярные издания, публикации, основанные на научных данных, массовые издания региональные, массовые издания федерального уровня), идеологической основы издания (православные, коммунистические, демократические, монархические издания и пр.), времени выхода издания (издания XIX века и начала XX века (до 1917 г.), издания с 1917 г. до 90-х гг. XX века, издания конца XX – начала XXI века).

3. Лингвистической основой описания медиаобраза устной речевой культуры Вологодского края является системность его языкового воплощения. Система языковых средств формирования медиаобраза локальной устной речевой культуры включает в себя совокупность разноуровневых языковых единиц, стилистически и генетически неоднородных. На фонетико-интонационном уровне сюда входят графическая передача на письме, воспроизведение (или стилизация) в устной речи, вербальное описание и передача эмоционального содержания или оценки языкового феномена (например, оканья, цоканья, ёканья, вологодской «скороговорки» – повышенной скорости речевоспроизведения и пр.). В рамках разных стилей может оцениваться оканье: как принадлежность бытовой речи, просторечия или торжественной речи (церковно-проповеднического стиля). На лексико-фразеологическом уровне медиаобраз устной речевой культуры Вологодского края основывается на (квази)энциклопедическом описании, прямом переводе, синонимической замене, контекстуальных синонимах, контекстуально прозрачной репрезентации лексем и пр. Грамматическое своеобразие устной речевой культуры Вологодского края передается через комментированное научное или научно-популярное описание, случайное (ненамеренное) воспроизведение, стилизацию (художественную или пародийную). Прагматические характеристики локальной устной речевой культуры передаются описательно или через использование паремиологических единиц.

4. Языковые средства и способы создания медиаобраза локальной устной речевой культуры образуют совокупность языковых механизмов ее представления в медиасфере. Лингвоэпистемологический анализ медиадискурса позволил выявить когнитивно-языковые механизмы трансфера знаний о вологодской устной речевой культуре. Когнитивный механизм адаптации реализуется в медиатексте как вторичном тексте по отношению к текстам академического дискурса с помощью языковых механизмов фрагментарного структурирования вторичного текста, полидискурсивности медиатекста, дефразеологизации идиоматических выражений – названий рубрик и заголовков, взаимодействия свернутых и развернутых конструкций (рубрикация и контекста), семиотического усложнения текста, ономастической концептуализации медиатекста и др. Когнитивный механизм перевода проявляется в ходе формирования медиаобраза локальной речевой культуры в языковом механизме предметно-понятийной и этносоциокультурной локализации медиатекста, в появлении

специфического типа медиатекста – дифференцированного толкового диалектного медиасловаря как вербализации этносоциокультурной когнитивно-дискурсивной интерпретанты медиадискурса. Трансфер знаний осуществляется в медиадискурсе как перенос таксономических моделей, реализующих научные представления о региональной речи, с помощью языкового механизма их авторизированного (экспертного) пересказа в медиатексте. В структуре медиаобраза под влиянием когнитивного механизма синтеза обнаруживается «понятийная» экспансия «ключевого слова» медиаобраза, вербализирующаяся в расширении сочетаемости этого слова на основе изменения семантического объема лексемы. Под влиянием языкового механизма метафоризации комплексный медиаобраз включает в себя неавтономные медиаобразы (например, автономный медиаобраз региона ← неавтономный медиаобраз региональной культуры ← неавтономный медиаобраз региональной речевой культуры).

5. Языковые механизмы представления медиаобраза устной речевой культуры Вологодского края также варьируются в зависимости от прагматических установок: от жанровой природы сообщения, целевой установки, целевой аудитории, специфики обратной связи. Современное позиционирование медиаобраза локальной устной речевой культуры зависит от процессов медиатизации и коммерциализации и часто удовлетворяется внешним воспроизведением признаков медиатекста о народной речевой культуре (например, с помощью лексических средств), в то время как медиаобраз устной речевой культуры Вологодского края оказывает более действенное влияние на массовое сознание, будучи сопряженным с ценностными категориями и личностным опытом погружения в народную культуру.

6. Системное представление медиаобраза устной речевой культуры Вологодского края развивается под влиянием социально-политических, экономических, культурных факторов, обуславливающих динамику локальных языковых процессов, отражаемых медиатекстами. Динамика этой системы выражается в преимущественном использовании тех или иных языковых средств и способов вербализации медиаобраза локальной устной речевой культуры. Вследствие этого можно выделить несколько стадий динамики вербализации медиаобраза устной речевой культуры Вологодского края: 1) начальный этап (стихийный), когда к концу XVIII века – началу XIX века в массовом сознании жителей региона и близлежащих территорий складывается обобщенное представление о локальной речи как значимой (отличительной) характеристике местного населения; 2) этнографический этап (вторая половина XIX века – начало XX века), отличающийся пристальным вниманием исследователей, любителей словесности к устной бытовой, ремесленной и фольклорной речи, записью, анализом и публикацией в прессе результатов изучения народной речи и ее аутентичных примеров; 3) идеолого-ортологический этап (начало XX века – 60-е гг. XX века), во время которого произошла переоценка народной речи в сторону необходимости ее «исправления» и насыщения идеологи-

ческими установками; на этом этапе устная местная речь становится характеристикой недостаточно «идеологически просвещенного» народа либо только формальным признаком речи местных крестьян в фельетонах; 4) культурно-просветительский этап (60-е гг. XX века – конец XX века), во время которого фиксируется всплеск интереса к локальной устной бытовой культуре со стороны ученых (например, в это время собирается материал для «Лексического атласа русской народной речи», картотек областных словарей местной речи и пр.), писателей и поэтов (севернорусская устная речевая культура представлена в стилизованном виде в произведениях В.И. Белова, А.Я. Яшина, В.П. Астафьева, С.В. Викулова, В.В. Дементьева, Н.М. Рубцова и др.), журналистов, местных жителей; 5) этап коммерциализации образа локальной устной речевой культуры и использование соответствующего медиаобраза для привлечения внимания массовой аудитории (конец XX века – начало XXI века). Динамика медиаобраза отражает тенденцию постепенного создания симулякров культурных феноменов – симулякра народной культуры в целом, симулякров местной речевой культуры как ее компонентов. В этих условиях научное сообщество и популяризаторы современной науки способствуют распространению качественной информации о прототипе локальной устной речевой культуры в рамках междискурсивного взаимодействия академического и медийного дискурсов в ходе процесса трансфера знаний.

Теоретическая и практическая значимость исследования медиаобраза локальной устной речевой культуры определяется нарастающим интересом к научному изучению медиасреды. Складывающееся в последние годы когнитивное направление в медиалингвистических исследованиях требует уточнения основных терминов, в частности, ключевых понятий медиаобраза и медиатекста, которые в настоящее время являются предметом дискуссии. В диссертации предпринимается попытка обосновать системный подход к изучению медиаобраза как одного из видов ментальных репрезентаций человеческого знания. Разрабатывается понятие прототипа медиаобраза как промежуточной ментальной репрезентации опыта, вербализирующейся в медиаобразе посредством когнитивных и языковых механизмов. Раскрывается суть понятия «языковой механизм» в когнитивно-языковом аспекте, описываются основные формы языковых репрезентаций знаний о локальной речевой культуре в ее медиаобразе.

Осмысление региональной речевой культуры и того, как она преломляется в зеркале медиа, позволяет диагностировать языковые изменения в обществе, в регионе, увидеть новые тенденции в локальной речи и определить, в какой мере они соответствуют образцу, предлагаемому медиа. В настоящее время тиражирование средствами массовой информации упрощенного и стилизованного варианта прототипа устной речевой культуры региона не позволяет говорить о том, что этот медиаобраз оказывает влияние на изменение локальной речевой практики или отношения к ней. Фиксируемый в нашем

исследовании разрыв между прототипом речевой культуры и ее медиаобразом способствует осознанию процесса медиатизации региональной речевой культуры и необходимости развивать медиаобразование в регионе. Критическое отношение к медиаобразам речевой культуры строится на знании реальной речевой практики и образцов народной речи своего региона. В региональном компоненте государственного образовательного стандарта Вологодской области должен учитываться современный процесс медиатизации истории и культуры Вологодского края, что позволит настраивать обучающихся на выработку собственного мнения о региональной речевой культуре, основанного на знаниях соответствующих реалий.

Апробация исследования. Основные выводы и материалы диссертационного исследования были представлены более чем в 60 публикациях, а также более чем в 50 научных докладах на международных, всероссийских и региональных научных конференциях, конгрессах и совещаниях в России, Армении, Беларуси, Болгарии, Великобритании, Греции, Испании, Польше, Чехии. Концепция работы неоднократно обсуждалась в процессе проведения региональных просветительских мероприятий: круглых столов («Культурно-просветительская журналистика Вологодской области в XXI веке» (Вологда, 2016 г.), «Культурологический аспект изучения Русского Севера» (Вологда, 2018 г.), публичных лекций в рамках проекта «Беседы о родном языке» (Вологодская областная универсальная научная библиотека им. И.В. Бабушкина, 2017–2019 гг.) и др.

Апробация теоретических положений и материалов исследования нашла отражение в процессе реализации проектов по грантам Президента Российской Федерации для молодых кандидатов наук («Лингвистические аспекты представления традиционной народной культуры в современных дискурсивных практиках: война смыслов и образ региона», 2015–2016 гг., руководитель – Ю.Н. Драчева), Российского гуманитарного научного фонда («Мультимедийный корпус вологодских текстов “Жизненный круг”», 2014–2016 гг., руководитель – Ю.Н. Драчева), Вологодского регионального отделения Русского географического общества («Народная речь Вологодского края», 2013 г., руководитель – проф.Е.Н. Ильина), а также в процессе обучения по программе «Глобальное образование» (Лестерский университет, Великобритания, 2017–2018 гг., степень магистра искусств).

Публикации по теме исследования включают в себя 21 статью в рецензируемых изданиях Перечня ВАК, три монографии (две из которых – в соавторстве), а также 42 научные публикации в российских и зарубежных изданиях.

Структура работы. В диссертацию входят введение, две главы, заключение, списки словарей, источников, баз данных, используемой научной литературы, указатель иллюстраций, а также приложение, включающее в себя примеры анализа языковых аспектов трансфера знаний о локальной устной речевой культуре в медиатекстах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Введение содержит обоснование актуальности темы диссертации, ее научной новизны, теоретической и практической значимости. Определяется цель исследования, формулируются цель и задачи работы, положения, выносимые на защиту, даются описание методов исследования, характеристика источников, содержатся сведения об апробации работы.

Глава 1. «Медиаобраз локальной устной речевой культуры как проблема современной лингвистики» содержит обзор основных подходов к изучению локальной речевой культуры в форме регионального текста, ставит вопрос о прототипе локальной устной речевой культуры, а также акцентирует внимание на проблематике изучения медиаобраза в современной медиалингвистике.

В параграфе **1.1. «Устная речевая культура Вологодского края: к определению феномена прототипа локальной речевой культуры»** описывается локальная речевая культура как *прототип*, т. е. некий инвариант (эталон, прообраз) речевой культуры того или иного региона, что позволяет сопоставлять этот прототип с теми его вариантами (своеобразными «изводами»), которые функционируют в дискурсе художественной литературы, дискурсе современной массовой коммуникации, фольклорном, бытовом дискурсах и т. д. Отмечается, что научное описание региональной речевой культуры выступает как форма верификации прототипа локальной речевой культуры и необходимый этап изучения реализации этого явления во вторичных текстах.

Подпараграф **1.1.1. «Прототип как когнитивно-лингвистический феномен»** фиксирует современное состояние теории прототипа (Э. Рош и др.), которая продолжает развиваться в лингвистике, психологии, философии. Прототип является частью репрезентации знания как его стереотипное образное представление и представляет собой реализацию одной из двух моделей: модель усредненного признака (т. н. «средний экземпляр») и модель наиболее выраженного признака (т. н. «лучший экземпляр»). Под прототипом мы понимаем такое явление объективной действительности, которое максимально реализует специфические свойства этого феномена. Прототип локальной речевой культуры Вологодского края определяется нами на основе модели частоты признаков как способ репрезентации знаний о локальной речевой культуре (т. е. как ее «лучший» образец), обладающий набором признаков – конкретных характеристик прототипируемого объекта («вологодский текст», «вологодские говоры» и т. д.) на уровне научного описания и на уровне обыденного восприятия («наивной лингвистики», «фолк-лингвистики»).

Подпараграф **1.1.2. «Локальная речевая культура как объект прототипологии»** содержит обоснование дефиницирования понятия «локальная речевая культура» в контексте обсуждения *культурной трансмиссии* как способа сохранения и передачи духовных ценностей и *языковой трансмиссии* как

одного из механизмов сохранения и передачи воплощенных в языке культурных ценностей на региональном уровне как региональные особенности речи людей, которые идентифицируют себя как языковое сообщество, а также языковую рефлексию, сопровождающую местную речь. В ходе изучения научной и наивной репрезентации локальной речевой культуры в медиaprостранстве прототипированию подвергаются следующие компоненты локальной речевой культуры: народная (диалектная) речь (подпункт 1.1.2.1), профессиональная (ремесленная) речь (подпункт 1.1.2.2) и фольклорный текст (подпункт 1.1.2.3).

Подпараграф **1.1.3. «Динамика речевой культуры как способ закрепления ее прототипа во вторичных текстах»** нацелен на характеристику двух подходов к анализу динамики речевой культуры: общеязыкового (через процесс нормализации, кодификации) и лингвокультурологического (через процесс изменения речевой среды, преломления речевой культуры в том или ином дискурсе). Исследователями выделяются две тенденции динамики речевой культуры медиасреды: демократизация речевой культуры как снижение культурно-речевого регистра и интеллектуализация речевой культуры как обогащение публицистического стиля лексикой научного стиля. Динамика развития локальной речевой культуры заключается в адаптации устной речевой культуры в письменных ее формах, в частности в медиатекстах как текстах вторичного характера по отношению к описываемому феномену (локальной речевой культуре). Таким образом, происходит процесс трансмиссии народной языковой культуры в современных дискурсивных практиках.

В параграфе **1.2. «Вологодский региональный текст как реализация прототипа вологодской речи»** комментируется наиболее системная реализация прототипа локальной речевой культуры – *региональный текст*, под которым понимается вся совокупность текстов региона, в том числе региональные медиатексты, в которых получает вербальное воплощение когнитивное пространство региона, особая система региональных смыслов и представлений.

Подпараграф **1.2.1. «Понятие регионального текста в современной регионалистике»** фиксирует современные подходы к региональному тексту на фоне рассмотрения региональной культуры как порождающей среды по отношению к региональному тексту. Под региональным текстом понимается чаще всего текст региональной литературной традиции. Терминологически понятию регионального текста, скорее лингвистическому по своей природе, предшествовало литературоведческое изучение так называемых «провинциальных текстов» (в трудах Ю.М. Лотмана, В.Н. Топорова и др.). Исследователи также анализируют «сверхтекст» как феномен, соотносимый с региональным текстом и характеризующийся ассоциативно-смысловой общностью входящих в него текстов как «целостного интегративного диссипативного словесно-концептуального образования» (в концепции сверхтекста А.Г. Лошакова). В диссертации обосновывается широкое понимание регионального текста, включающего в себя в том числе и локальные тексты медийного дискурса.

В подпараграфе **1.2.2. «Специфика “вологодского” в региональном тексте»** определяется, является ли вологодский текст региональным или городским сверхтекстом, для чего используются научные работы (С.Н. Смольникова, Е.Н. Ильиной), в которых уточняются границы понятия «вологодский». «Вологодский текст» включает в себя на различных этапах своего развития разный набор признаков и может изменяться во времени, пространстве, содержании, однако одним из ведущих признаков вологодского текста является целостное восприятие региона, а не только города Вологды, что позволяет сделать вывод об отнесенности «вологодского текста» к региональным сверхтекстам. В широком понимании к «вологодскому тексту» может относиться «любое явление культуры, репрезентирующее специфику Вологодского края» (Е.Н. Ильина), в узком же понимании сюда входят источники, репрезентирующие «словесный код» региона, т. е. региональная словесность, в произведениях которой осмысляется регион. Образ региона является ключевым прецедентным феноменом региональных текстов, поскольку именно в нем аккумулируются основные локальные стереотипы и культурные ассоциации, связанные с той или иной территорией (в том числе ее речевая культура).

В подпараграфе **1.2.3. «Медиатизация локальной речевой культуры и понятие регионального медиатекста»** рассматриваются понятия регионального медиадискурса, регионального медиатекста, процесса медиатизации (понимаемой вслед за Н. Коулдри как качественное изменение социальной и культурной жизни посредством медиа) локальной речевой культуры, а также характеризуются этапы представления местной (диалектной) речи в отечественных периодических изданиях. Основными формами регионального медиадискурса являются соответствующие жанры местной прессы, телевидения, радио и интернет-ресурсов – всех источников информации о жизни региона. Прагматика регионального медиадискурса основана на событийном контексте региона и его оценке местными жителями, представителями власти и самими журналистами, а также на вербальной реализации региональной идентичности. Региональные медиатексты функционируют в рамках регионального медиадискурса и могут быть рассмотрены как часть более обширного регионального дискурса, куда входит и народная речь, и литературные произведения с локальной спецификой и т. д. Мы разграничиваем два типа медиатизации локальной речевой культуры – ее медиаформы (как содержательный аспект представления локальной речевой культуры в медиа) и ее медиаобразы (как оценочный аспект представления локальной речевой культуры в медиа). На современном этапе развития СМИ включение локальной речевой культуры в вербальное пространство региональных медиа оценивается неоднозначно: от резкого неприятия до популяризации феномена местной речи.

Параграф **1.3. «Медиаобраз в системе понятий медиалингвистики»** отражает необходимость терминологизации понятия «медиаобраз» в рамках медиалингвистики на фоне формирующегося научного представления о ме-

дийном образе (медиаобразе). В данном параграфе устанавливаются концептуальные признаки и особенности функционирования термина «медиаобраз» на основе анализа его употребления в лингвистических и нелингвистических (философских, культурологических, социологических и пр.) работах. Ориентируясь на исследования Т.Н. Великоды, обосновавшей понятие «прототипических сущностей» термина, мы анализируем экстралингвистический, понятийный и лексический прототипы рассматриваемого термина, взаимодействие которых в смысловой структуре лексемы обеспечивает приращение когнитивного содержания слова в его терминологическом употреблении.

В подпараграфе *1.3.1. «Экстралингвистический прототип термина “медиаобраз”»* обосновывается мнение о том, что, несмотря на недостаточную определенность термина «медиаобраз» с точки зрения метаязыка науки, его экстралингвистический прототип очерчивается четко, поскольку философское понимание соответствующих реалий («образ», «медиа») имеет давнюю историю, они подвергаются научному осмыслению в ряде гуманитарных дисциплин, а также могут быть обрисованы в лексикографическом аспекте. Образ как категория сознания человека исследована во многих трудах по теории ощущений, восприятию, мышлению, памяти (работы Д. Гибсона, Ф. Олпорта, Ж. Пиаже, Л.С. Выготского и др.). Наше исследование в большей степени опирается на работы по восприятию речи, анализу языкового образа: труды по психолингвистике (исследования А.А. Леонтьева, Р. Гиббса, Дж. Лакоффа и др.) и психосемантике (работы В.Ф. Петренко, М.В. Осориной, А.Г. Шмелева, Ч. Осгуда и др.). Еще Платон говорил о том, что образ не является подлинным, достоверным отражением действительности, при этом он использовал следующую аллегория: узники пещеры прикованы к стене так, что могут видеть только тени на противоположной стене и считают эти тени (ср.: отражения, копии, отпечатки, иллюзии, повторения и т. д.) единственной реальностью. Идеи опосредованного восприятия и вторичности, или онтологической недостаточности, являются основой понятия образа не только в русском, но и в других языках. Н. Луман определяет массмедиа как вторую реальность, поэтому медийный образ (т. е. образ, конструируемый медиа) представляет собой образ второй реальности (также широко используется метафора медиа как зеркала). Отечественная гуманитарная наука восприняла многие англоязычные термины, причем этот процесс продолжается и в настоящее время, поэтому важно отметить несовпадение объема понятий на уровне обыденного, не терминологического (семантически суженного и уточненного) употребления. Так, приводится анализ лексемы *image* как обладающей способностью к терминологизации на базе английского языка и в качестве заимствованного слова (термина) в других языках.

В подпараграфе *1.3.2. «Понятийный прототип термина “медиа образ”»* анализируются такие категории, как «журналистская картина мира» (или «медиакартина мира», т. е. создаваемая медиа социокультурная реаль-

ность), «публицистический образ» (или «журналистский образ» как общезначимый, протофактологический (ср. «протофакт» как традиционное представление о чем-либо) образ, направленный на акцентирование определенного смысла в исходном образе реальности с целью придания последнему императивности, практической приложимости) и понятие «стереотип» (или «образы в нашем сознании», по определению У. Липпмана), приводится обзор работ данной проблематики (Е.И. Пронина, И.В. Рогозиной, Д.А. Шевцовой и др.).

Общими характеристиками журналистской картины мира, публицистического образа и стереотипа, позволяющими нам исследовать их как понятийные прототипы термина «медиаобраз», являются функционирование в сфере массовой коммуникации, наличие оценочного компонента в содержании, выполнение функции формирования отношения группы людей (аудитории) к тому или иному объекту действительности. Проблема трансформации публицистического образа в медийный освещается в ряде публикаций (например, в работах Д.А. Шевцовой) как процесс вытеснения узкого термина более широким, т. е. как замена термина «публицистический образ» с его акцентом на профессиональных журналистских текстах термином «медиаобраз».

В подпараграфе **1.3.3. «Лексический прототип термина “медиаобраз”»** мы постулируем, что лексическим прототипом термина «медиаобраз» выступает, прежде всего, англоязычный термин «image» или «media image», содержание которого передается как «опосредованные медиа впечатления и суждения о людях и событиях» [Danesi 2009: p. 208]. Англоязычные источники оперируют словосочетанием «media image» как в терминологическом, так и в общеязыковом употреблении. Современные словари по теории коммуникации и медиа трактуют образ («image») как многозначный термин, значение которого (подобие, представление/репрезентация, визуализация) зависит от контекста. В том смысле, в котором мы стремимся исследовать понятие медийного образа, значение термина определяется как «мысленное, художественное представление человека, события, места или предмета», которое «не просто воспроизводит, но интерпретирует изображаемое» [Watson, Hill 2012: p.131]. Другая трактовка основывается на узком представлении образа (имиджа): *образ* («image») – это «объективация представлений о себе с коммуникативной целью» [Hartley 2002: p.107], то есть саморепрезентация. Представляет интерес существующая в российской науке точка зрения, согласно которой медиаобраз является средством (инструментом) создания имиджа (работы С.В. Григорян и др.).

Слово «image», будучи лексическим прототипом термина «медиаобраз», выступает в качестве источника терминообразования других гуманитарных направлений, рассмотрение которых позволяет нам выделить те характеристики медиаобраза, которые бы отличали его от стереотипа и «имагологического» образа. Вероятно, одной из важнейших таких характеристик будет погруженность медиаобраза в медиадискурс, т. е. в дискурс массовой коммуникации, который рассматривается как один из видов институционального дискурса.

Подпараграф *1.3.4. «Понятие медиаобраза в современных отечественных медиалингвистических исследованиях»* акцентирует внимание на различных сторонах освещения данной проблематики: на обсуждении терминологической сущности понятия «медиаобраз», разноаспектном анализе феноменов действительности, которые описываются через понятие медиаобраза.

Формирование понятия «медиаобраз» в работах российских исследователей происходит под влиянием сложившихся представлений об образе как репрезентации чего-либо, в частности понятия художественного образа, которое в трактовке М.М. Бахтина подразумевает наличие плана выражения и плана содержания, понятия психологического образа как ментального представления воспринимаемого предмета окружающей действительности и т. д. Под влиянием этих представлений медиаобраз понимается как «форма существования массового сознания в медиакоммуникации» [Галинская 2013], как «образ социального мира, формируемого СМИ» [Богдан 2007] и т. д. Исследователи уточняют существующие формулировки значения термина «медиаобраз» в зависимости от сферы собственных научных интересов, объекта изучения и пр., также прослеживается выделение узкого («фрагменты реальности, описанные в текстах только профессиональных журналистов») и широкого («образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиапространстве») подходов [Галинская 2013]. Продуктивным, на наш взгляд, является то, что ряд работ выходит за рамки анализа медиаобраза в тексте СМИ и обращаются к функционированию медиаобраза в массовом сознании, показывая формирование медиаобраза в рамках широкого контекста массовой коммуникации.

Географические медиаобразы изучаются на базе лингвистического анализа профессионального медиатекста (работы К.И. Белоусова, Т.Н. Галинской, А.П. Глухова, Е.Н. Седовой, В.М. Соколова, М.В. Терских, Т.А. Чернышевой и др.). В этих работах медиаобраз исследуется как часть дискурса, используются методы и приемы контент-анализа, лингвокогнитивного моделирования, фреймового анализа и т. д. Это направление исследований связано с проблемами изучения национальной и региональной идентичности. Повышенный интерес исследователей к анализу медиаобразов отдельных территорий можно объяснить тем, что под влиянием современных процессов брендинга территории образ региона стал более динамично изменяться, что позволило выделить тенденции в развитии образов отдельных регионов. Вместе с тем, учет брендинга как целенаправленного изменения образа региона приводит к некоторому смешению терминов «медиаобраз региона» и «имидж региона», что соединяет лингвистическую и внелингвистическую категории в описании одного явления действительности.

Подпараграф *1.3.5. «Внутренняя форма термина “медиаобраз” как ключ к понимаю его двойственной природы»* содержит анализ феномена вариативности внутренней формы термина «медиаобраз», что обусловлено разными трактовками медиа и образа. Мы можем сформулировать внутреннюю форму лексемы «медиаобраз» как (1) «образ в медиа», т. е. образ, конструируемый в

медиапространстве, и (2) «образ через медиа», т. е. образ, воспринимаемый через медиасферу. Медиаобраз (1) определяется как преломление объективно существующей реальности в медиа. В медиаобразе (2) происходит переключение точки зрения с «производства» сообщения на его восприятие или «потребление» (последнее больше соответствует традициям работ по медиакритике, философии).

В разработанной Т.Г. Добросклонской модели развертывания информации в массовой коммуникации (отбор фактов, их интерпретация, создание устойчивых образов с оценочным компонентом, формирование стереотипов), медиаобразу (1) соответствует этап кодирования, предполагающий создание медиатекста как продукта медиаречи, который содержит аксиологически детерминированный фрагмент вторичной реальности. Медиатекст является результатом функционирования медиаобраза (1) и источником формирования медиаобраза (2). Медиаобраз (2) возникает на стадии декодирования и формирования стереотипов как суммы коллективных представлений о фрагменте действительности, которые определяются содержанием и оценочностью, заложенными в медиаобразе (1) стадии кодирования. Отметим, что недостаточность термина *медиаобраз* (1), в случае его употребления в ограниченном контексте (профессиональные журналистские тексты), приводит к тому, что исследователи восполняют появившиеся лакуны.

В поиске места понятия медиаобраза в терминосистеме медиалингвистики мы обращаемся к медиадискурсивной проблематике и рассматриваем медиаобраз как одну из категорий медиадискурса в подпараграфе **1.3.6. «Медиаобраз как медиадискурсивная категория»**.

Представляется суженной трактовка медиадискурса как «типа институционального дискурса, объективирующего в медиаречи журналистскую, рекламную и PR-деятельности» [Медиалингвистика в терминах и понятиях 2018: с. 55]. Вслед за Р.В. Патюковой, предложившей термин «подвид дискурса», мы рассматриваем функционирование медиаобраза в подвидах медиадискурса: первый из них основан на профессиональной медиаречи, второй представляет собой непрофессиональную медиаречь, формирующую пространство массовой коммуникации в широком значении этого термина. В настоящее время медиалингвистические исследования в России и за рубежом иллюстрируют тенденцию к формированию направления «когнитивная медиалингвистика», или «лингвокогнитивное направление медиалингвистических исследований», представляющего собой анализ медиаопосредованной категоризации человеческого опыта. В терминосистеме этого направления ведущим понятием является не медиатекст (как широко понимаемый продукт речемыслительной деятельности в сфере массовой коммуникации), а медиаобраз как ценностно-обусловленный образ реальности, задаваемый медиатекстом.

В параграфе **1.4. «Проблемы изучения и принципы описания вербализации медиаобразов: языковые и когнитивные механизмы формирования медиаобраза»** содержится обзор подходов к пониманию терминологических сочетаний «языковой механизм» и «когнитивный механизм».

Подпараграф *1.4.1. «Дефиницирование словосочетания “языковой механизм” в современной лингвистике»* очерчивает круг возможных значений терминологического сочетания «языковой механизм» как (1) совокупности языковых процессов, составляющих тот или иной языковой феномен, (2) совокупности языковых средств и приемов для обозначения чего-либо или достижения проявления какого-либо признака. Подпараграф *1.4.2. «Основные аспекты изучения языковых механизмов формирования медиаобраза»* освещает некоторые подходы к анализу медиадискурсивных феноменов, связанные с неоднозначной трактовкой понятия «массовая коммуникация». В социокультурных и социологических исследованиях, работах по рекламе и PR, политологии и т. д. распространено определение системы массовых коммуникаций через ее институционализированную природу, когда отправитель сообщения является частью некоего института. Нам близко другое понимание массовой коммуникации, в котором фокус внимания смещается с отправителя сообщения на адресата сообщения, поскольку современное техническое развитие предлагает возможность любому человеку стать отправителем сообщения, предназначенного массовой аудитории. На примере анализа отдельных языковых средств показываются возможные методологические подходы к изучению медиаобраза на лингвистической основе.

В подпараграфе *1.4.3. «Языковые механизмы и когнитивные механизмы: разграничение объектов исследования»* раскрываются особенности когнитивного подхода к анализу языковых явлений на примере преимущественно работ Дж. Лакоффа, который выделяет «идеализированные когнитивные модели» (когнитивные механизмы) в ходе категоризации действительности, и работ Н.Н. Болдырева, посвященных проблемам языковой интерпретации мира и описывающих когнитивные модели (когнитивные схемы) как основные способы категоризации и концептуализации в сознании человека. В концепции Н.Н. Болдырева сам язык представлен как коммуникативный, когнитивный и интерпретирующий механизм. Интерпретационный подход к медиалингвистическим категориям, в частности медиаобразу, способствует более четкому выделению когнитивных процессов структурирования и отбора информации, обуславливающих форму языковой интерпретации.

Подпараграф *1.4.4. «Изучение когнитивного механизма распознавания “свой” – “чужой” в локальной речевой культуре и способов его языковой репрезентации»* содержит описание основного когнитивного механизма, который является базовым как в плане осмысления описываемого фрагмента действительности (локальная речевая культура), так и в плане отбора языковых средств, а также содержит обзор работ, посвященных анализу когнитивных механизмов этностереотипизации и изучению метаязыковой рефлексии и «фолк-лингвистики». Основой формирования когнитивного механизма распознавания «свой» – «чужой» является существование стереотипных представлений о своей и чужой культуре (в том числе речевой культуре), или авто- и

гетеростереотипов. Отмечается, что в настоящее время наблюдается изменение отношения говорящих к диалекту на фоне изменения социолингвистической ситуации: повышение внимания к местной речи и в целом положительная оценка образа региональной речи в пространстве массовой коммуникации.

Подводя итоги рассуждений в Главе 1, мы определяем *когнитивное пространство медиатекста* как совокупность структур знаний, стоящих за текстовыми, внетекстовыми и нетекстовыми единицами и репрезентирующих авторские смыслы. Под *структурами знаний* подразумеваем категории и модели категоризации действительности – концепты, прототипы, когнитивные механизмы и т. д. Языковое оформление медиатекста подразумевает расширенное толкование и собственно *текста* как совокупности текстовых, паратекстовых и поликодовых элементов. Под *медиаобразом* мы понимаем комплексный способ категоризации действительности в медиадискурсе. В отличие от медиаконцепта, являющегося результатом процесса концептуализации действительности, направленного на выделение минимальных единиц знания, человеческого опыта, «простых» ментальных структур, медиаобраз формирует «сложную» ментальную структуру, репрезентирующую знание как комплексный образ, образующийся в системе взаимодействия различных представлений. В таком понимании медиаобраз соответствует позиции ключевого понятия когнитивной медиалингвистики.

Эволюция когнитивных представлений о локальной речевой культуре подразумевает, что исходной ментальной репрезентацией знания о местной речи в массовой коммуникации является прототип локальной речевой культуры, который влияет на формирование стереотипных представлений о локальной речевой культуре и на особенности ее медийного воплощения (собственно ее медиаобраз). Если стереотип и медиаобраз складываются стихийно, то бренд локальной речевой культуры представляет собой продукт целенаправленной и опосредованной репрезентации формулируемого особым образом знания. По объему представления локальной устной речевой культуры бренд и медиаобраз различаются: бренд, как правило, строится с учетом сложившегося медиаобраза, но значительно упрощает его. Если медиаобраз является активной ментальной структурой, способной к развитию, изменению, то бренд представляет собой знание, закрепленное в определенной вербальной форме (например, в слогане бренда) и неспособное к динамике (то есть бренд – это стабильный, искусственно созданный и управляемый медиаобраз). Под влиянием процесса медиатизации современное медиапространство аккумулирует формы локальной устной народной культуры, осмысляет ее и «усваивает» ее себе через вторичные тексты. На основе прототипа локальной речевой культуры формируется образ этой культуры в массовом сознании и ряд авто- и гетеростереотипов, которые способствуют осуществлению межпоколенческой трансмиссии локальной речевой культуры даже в условиях отсутствия реальных речевых контактов с носителями данной культуры.

Глава 2. «Лингвоэпистемологический анализ медиадискурса: когнитивные и языковые механизмы трансфера знаний о локальной устной речевой культуре Вологодского края» содержит опыт эпистемологического анализа дискурса с акцентом на изучение обыденного знания. В данной главе анализируются когнитивные и языковые механизмы представления знания о локальной речевой культуре в академическом и массмедийном медиадискурсе, а также рассматривается вопрос об интеркультурном трансфере знаний как одной из функций медиаобраза.

В параграфе **2.1. «Прототип и медиаобраз локальной речевой культуры в проблематике “трансфера знаний” с точки зрения когнитивной лингвистики»** на основе анализа научной литературы мы приходим к выводу о том, что знание следует изучать как категорию дискурсивную, как знание, погруженное в дискурс и находящее в нем свою верификацию. Тогда можно говорить о функционировании категории знания в зависимости от типа дискурса, что будет проявляться в разнице когнитивных и языковых механизмов репрезентации знания. В настоящее время одним из самых важных аспектов знания становится его коммуникативная природа, которую можно описать как способность знания быть передаваемым, транслируемым. Академический дискурс и массмедийный дискурс оперируют разными формами языковой репрезентации знания, однако развитие медиасреды приводит к тому, что между этими двумя дискурсами возникают имбрикации (взаимодействия, повторения, связи), приводящие к трансформации ментальных категорий, которые могут быть описаны с помощью понятий «когнитивно-дискурсивная интерпретанта» (термин Н.Н. Болдырева) и «трансфер знаний».

Когнитивно-дискурсивная интерпретанта определяется как «фокус внимания субъекта на конкретных признаках предметов, явлений, людей, которые объективируются языковыми единицами в дискурсе» [Дубровская 2015: с. 9]. Анализ когнитивно-дискурсивной интерпретанты предполагает описание концептуально-тематической области, определение концептов когнитивно-дискурсивной интерпретанты, анализ метаконцептов, изучение когнитивных и языковых механизмов формирования метадискурсивных (социокультурных) смыслов, анализ языковых средств репрезентации этих смыслов [Болдырев 2019]. Такая последовательность исследовательских операций позволяет выявить то, каким образом на основе существующих коллективных представлений фокусируется внимание на отдельных концептах (или концептуально-тематической области) и репрезентируется концептуальная система индивидуальных социокультурных смыслов. Данный принцип формирования социокультурной специфики дискурса Н.Н. Болдырев называет *субъектным* (специфика представления знаний определяется контекстом знаний и свободным выбором субъекта) [Болдырев 2019].

С точки зрения когнитивной теории языка, медиаобраз является форматом представления знаний в медиадискурсе, имеет интегративную (термин

Н.Н. Болдырева) когнитивную структуру сложного концепта и речевую (монокодovou или поликодovou) репрезентацию. Знание может быть структурированным (концептуализированным, осмысляемым как отдельная единица) и неструктурированным (согласно положениям когнитивной теории языка в работах Н.Н. Болдырева), поэтому медиаобразы требуют изучения как актуализированные в обществе структуры концептуализированного многоаспектного знания. Трансфер знаний не может происходить без пространства, в котором он осуществляется (для нашего исследования это сфера массовой коммуникации), донора (в нашем исследовании это академический дискурс) и реципиента (в нашем исследовании это медиадискурс), которые вступают в сложную систему взаимодействий и направляются коллективным субъектом познания.

Параграф **2.2. «Таксономические модели локальной устной речевой культуры и их функционирование в академическом дискурсе»** содержит характеристику подходов к определению понятия академического дискурса, а также моделирует научные представления о локальной устной речевой культуре в динамическом аспекте как основу для их последующего сопоставления с результатами наивной категоризации тех же фрагментов действительности в медиадискурсе. Динамика научного знания проявляется в его детализации и систематизации, в то время как иные формы знания (такие, как стереотипы, прототипы, медиаобразы и пр.) имеют более простую структуру, что отвечает особенностям функционирования данных форм знания.

Понятие «академический дискурс» обозначает институциональный дискурс, наиболее общим определением которого может быть следующее положение: «способы мышления и использования языка, которые существуют в академии» [Hyland 2009: p. 1]. Исследователи подчеркивают, что без коммуникации, академического нетворкинга, академического дискурсивного сообщества немислима «академия», а в целом язык академических дискурсов становится «формой технологии» интерпретации и представления знания [Hyland 2009]. В концепции К. Хайленда *академический дискурс*, вернее, академические дискурсы предстают неким кластером дискурсов, объединяющим исследовательские дискурсы с их ориентацией на *создание знания* (например, в жанре научной статьи), инструкциональные дискурсы с их ориентацией на *распространение знания* (например, в жанре лекции), учебные дискурсы с их ориентацией на *демонстрацию прогресса в знаниях* (например, бакалаврские работы) [Hyland 2009].

Основой научного описания региональной речи послужили общенаучные принципы объективности, систематичности, воспроизводимости, универсальные методы научного познания, эмпирические и теоретические научные методы. Мы рассматриваем научное знание как «институциональное» знание, включенное в широко понимаемый академический дискурс и соотнесенное с научным познанием как институционально закрепленным видом деятельности, в ходе осуществления которого складываются основные таксономические

модели представления знания о локальной устной речевой культуре, и субъектами научного познания – краеведами, лингвистами, филологами и пр.

На протяжении XIX века региональная речь в научной картине мира концептуализируется как многомерная таксономическая модель. Разделение в конце XIX века российской словесности на лингвистику, литературоведение и фольклористику, дальнейшее развитие в рамках лингвистики таких направлений, как лексикография, этнолингвистика, диалектология и др. привело к двум параллельным процессам с точки зрения формирования знания о локальной речи. С одной стороны, с середины XIX века до второй половины XX века произошло углубление позитивистских знаний о предмете исследования (местной речи), была достигнута высокая степень детализации этого знания на материале различных регионов как в работах местных краеведов, филологов, так и в обобщающих трудах лингвистов, посвященных той или иной черте диалектного языка. Таксономическая модель локальной речевой культуры изменяется следующим образом: уходит противопоставление московского наречия и прочих наречий, вместо этого разрабатывается противопоставление русского литературного языка и «диалектного языка», развивается само понятие *диалектный язык* (введенное Р.И. Аванесовым), а также *говор* как его единица, более крупные единицы представлены *группами говоров* и *наречиями*; разрабатывается система диалектных различий и соответствий и их типология. С другой стороны, полученные сведения сводились в крупные лексикографические и лингвогеографические проекты, осмыслялись на фоне общей картины диалектного членения русского языка, были сформулированы более точные таксономические модели научного знания в области локальной речевой культуры. Конец XX века и начало XXI века ознаменовались новыми подходами к изучению региональной речи под влиянием антропоцентрической парадигмы (изучения языковой личности, в том числе диалектной), концепции языковой картины мира, разработанной на основе взглядов В. фон Гумбольдта и пр.

Особенностью функционирования академического дискурса XIX века является то, что он представлял широкой публике спектр научных фактов как феноменов общественного интереса. Этим мы можем объяснить тот факт, что списки местных слов и выражений и статьи о народной речи публикуются не только в рамках изданий научного типа, принадлежащих собственно академическому дискурсу как институциональному типу дискурсов (например, «Известия Отделения русского языка и словесности Академии наук», периодическое издание Отделения этнографии Русского географического общества «Живая старина»), но и в изданиях, различных по своему характеру, но являющихся условно массовыми, общественно значимыми (например, в литературном журнале «Современник», в популярном журнале «Библиотека для чтения»).

В XIX веке начинает складываться сообщество местных исследователей, изучавших вологодские говоры. Это педагоги Ф.Н. Фортунатов, Н.П. Титов, Д.И. Прозоровский, А.Д. Протопопов, священники А.М. Шайтанов, Н. Попов,

Н.Е. Чернавский, экономист В.А. Попов, учителя Е.В. Кичин, И.Н. Муромцев, землемер Г. Паули, учитель Н. Отто и др. [Судаков 2016]. На протяжении двух веков формируется региональное научное сообщество («комьюнити», дискурсивное сообщество), деятельность которого по изучению локальной речевой культуры Вологодского края (как в виде самостоятельных научных изысканий, так и в составе общероссийских лексикографических или картографических проектов по обследованию говоров) была связана с институциональным академическим дискурсом, в то время как профессиональная среда членов сообщества могла быть неакадемической.

В параграфе **2.3. «Когнитивные и языковые механизмы трансфера знаний о локальной речевой культуре в медиадискурсе»** предлагается анализ взаимодействия научного дискурса и медиадискурса. Выделяются четыре основных когнитивных механизма трансфера знаний в медиадискурсе: механизмы адаптации, перевода, интерпретации и синтеза.

Подпараграф **2.3.1. «Когнитивный механизм адаптации и трансфер знаний в медиадискурсе»** строится на анализе подходов к рассмотрению проблем адаптации научного текста и презентации результатов анализа направлений адаптации научного знания о локальной устной речевой культуре в популярных массовых коллекционных изданиях (партворках), в частности в коллекции «Куклы в народных костюмах», выпускаемой издательством «Де Агостини» в 2012–2015 гг. Тексты коллекции имеют вторичный характер, представляют собой научно-популярную адаптацию этнографических и лингвистических работ по традиционной региональной культуре с вкраплениями компилятивных материалов из сети Интернет.

В подпункте 2.3.1.1. «Языковой механизм фрагментарного структурирования медиатекста как вторичного текста» раскрываются такие аспекты партворков как вида издания, как фрагментарность, эклектичность и мультипликативность подачи информации. Серия «Куклы в народных костюмах» представляет целостный образ народной культуры России (причем безотносительно к современным границам и историческим эпохам – это образ одновременно Российской империи, Советского Союза и современной России) посредством фрагментарного, мозаичного описания отдельных территорий или этнических групп в ряде крупных тематических рубрик, в которых рассказывается об истории края, фольклоре, культуре и этнографии на основе описания костюма того или иного региона.

На уровне структуры текста происходит концептуализация медиаобраза региона России. Каждый регион представлен комплексом характеристик, складывающихся из целого ряда концептов: история региона, представления о жителях региона, их трудовой деятельности, форм отдыха (игры, праздники), локальной речевой культуре (предания, легенды, диалектные слова, названия частей одежды, фрагменты поэтических и прозаических произведений), местных бытовых особенностях (местная кухня, бытовые обряды). Языковой

механизм фрагментарного структурирования вторичного текста является реализацией когнитивного механизма адаптации, основывается на таких когнитивных операциях, как отбор первичных текстов в соответствии с выбранной схемой описания региона, фрагментация первичных текстов, расположение их в соответствии с единой логикой описания регионов. Особенностью реализации данного языкового механизма является «разорванная» структура текста.

В подпункте 2.3.1.2. «Языковой механизм дискурсивной мозаичности (полидискурсивности) медиатекста как вторичного текста» приводится классификация текстов разной дискурсивной направленности, которые рубрицируются по одной и той же схеме в каждом журнале серии и формируют образ региона: это, во-первых, тексты, вербальную основу которых составляет литературный язык с его жанрово-стилевыми разновидностями (научные и художественные тексты, а также тексты, представляющие собой технические описания и пр.), и, во-вторых, тексты, относящиеся к русскому национальному языку и репрезентирующие территориальные диалекты, профессиональную лексику, устное народное творчество. Таким образом, когнитивно-дискурсивная интерпретанта текста партворка как «фокуса внимания субъекта» отличается многовекторностью в плане вербализации: тексты академического дискурса и тексты технического описания, тексты, относящиеся к официально-деловому стилю, и тексты, репрезентирующие устное народное творчество, дефиниции научных терминов и диалектные слова.

В подпункте 2.3.1.3. «Языковой механизм дефразеологизации идиоматических выражений – названий рубрик и заголовков» представлен анализ текстов – названий рубрик, рассматриваемых нами как тексты-примитивы, в свернутом виде представляющие структуры знания, которые затем приводятся в научно-популярном тексте в развернутом виде. Знание в текстах-примитивах можно трактовать как «предзнание», стереотипные представления и спектр ассоциаций на основе знаний субъекта, полученных из разных источников (непосредственного наблюдения, медиадискурса, профессиональной и учебной деятельности) и являющихся в целом предсказуемыми и одинаковыми для «среднего» представителя аудитории.

В подпункте 2.3.1.4. «Языковой механизм взаимодействия свернутых и развернутых конструкций (рубрикации и контекста)» постулируется, что когнитивный механизм трансфера знаний осуществляется за счет последовательного уточнения и конкретизации первичной концептуализации региона, которую мы определяем как *предзнание* – особый когнитивный механизм перспективизации и «предсказания» дальнейшего развертывания ментальных структур. Так, описание Вологодского края представлено в свернутой структуре *Вечная красота Севера*, которая разворачивается и эксплицирует связь концепта *Вологодский край* с концептом *Русский Север*. Связующим концептом выступает географический концепт *Север России* (или *Территория на севере России*).

Подпункт 2.3.1.5. «Языковой механизм ономастической концептуализации как реализация когнитивного механизма конкретизации медиаобраза» раскрывает особенности когнитивного механизма трансфера знаний, который сопровождается конкретизацией знаний за счет использования моноконцептов – фактологических ментальных единиц. В результате формируется комплексная ментальная структура – медиаобраз, включающая в себя широкий круг концептов. Рассматривается языковой механизм персонификации вторичного текста как антропонимическая концептуализация медиаобраза и языковой механизм включения в текст топонимов как топонимическая концептуализация медиаобраза. Обращают на себя внимание также особенности антропонимической концептуализации культур, условно называемых нами «прототипически русскими» («свои») и «прототипически нерусскими» («чужие»). «Прототипически русские» культуры даются с большей степенью детализированности на антропонимическом уровне медиатекста.

Также в данном подпараграфе рассматривается языковой механизм семиотического усложнения медиатекста как вторичного текста (подпункт 2.3.1.6), который заключается в формировании поликодового адаптированного текста из одного или нескольких монокодовых текстов, то есть осуществляется процесс креолизации вторичного текста; языковой механизм деавторизации текста (подпункт 2.3.1.7), который понимается как внесение в текст установки на неопределенное авторство (например, *ученые предполагают, один из исследователей этой местности написал*); языковой механизм лексической и синтаксической адаптации научного текста (подпункт 2.3.1.8), который характеризуется наличием неоправданной генерализации (например, *куковать/петь*), сокращением текста, контаминацией ряда предложений, упрощением синтаксических структур, лексической заменой устаревших, непривычных современному массовому читателю слов для «осовременивания» текста, морфологической заменой, общим реструктурированием текста, наличием модусных модификаторов, определяющих высказывание как предположительное знание (например, *считают*) и пр. Отметим языковой механизм вербализации стереотипных представлений и «прототипического» знания в структуре адаптированного текста (подпункт 2.3.1.9), осуществляемый с помощью бытийных, классифицирующих и реляционных предложений, а также предложений, в которые включены дискурсивные маркеры «общеизвестности». Функцией данных предложений является актуализация предметной сферы знания, которая становится областью «трансфера знания» в адаптированном тексте партворка.

При адаптации научного текста в медиадискурсе результатом является имитация или стилизация научного дискурса. Доказательством этому являются маркеры прототипического знания (категории «общеизвестности»), широко используемые в исследуемых медиатекстах. Одной из отличительных особенностей трансфера знания в медиадискурсе становится тенденция к переда-

че в тексте прототипического знания и нивелировка системы научной аргументации. На основе прототипического знания строится механизм трансфера знания из научного дискурса в медиадискурс, поскольку прототипическое знание становится общей точкой референции для взаимодействующих дискурсов.

В отличие от когнитивного механизма адаптации как более узконаправленного когнитивного механизма, функционирующего в специализированных жанрах медиадискурса, когнитивный механизм перевода используется более широко. В подпараграфе **2.3.2. «Когнитивный механизм перевода в аспекте междискурсивного трансфера знаний»** комментируется лингвистическое преломление данного механизма на примере журналов-партворков, медиатекстов районной, областной и федеральной прессы, серийных радиопрограмм и документальных телевизионных передач, в которых прослеживается создание медиаобраза локальной устной речевой культуры. В качестве каналов трансфера знания рассматривается два типа языковых механизмов – языковой механизм предметно-понятийной и этносоциокультурной локализации медиатекста (подпункт 2.3.2.1) и языковой механизм дефинизации медиатекста как включение в него дифференцированного толкового словаря. Прагматической целью обоих языковых механизмов является экспликация региональной специфики медиатекста. Вводится понятие «дифференцированный толковый диалектный медиасловарь», рассматриваемое как вербализация этносоциокультурной когнитивно-дискурсивной интерпретанты медиадискурса.

Подпункт **2.3.3. «Когнитивный механизм интерпретации в аспекте междискурсивного трансфера знаний»** акцентирует внимание на таких языковых механизмах, как языковой механизм репрезентации авторитетного мнения в медиатексте, языковой механизм авторизованного пересказа научной концепции (на примере концептуализации в медиадискурсе научного понятия «вологодский текст»), языковой механизм репрезентации мнения «неспециалиста» в медиатексте.

В подпункте **2.3.4. «Когнитивный механизм синтеза и его влияние на структуру медиаобраза»** рассматриваются языковой механизм расширения лексического значения ключевого слова в структуре медиаобраза и языковой механизм метафоризации медиаобраза. В качестве языковой реализации когнитивного механизма синтеза выступает (1) изменение семантического объема лексемы, которая является ключевой для медиаобраза (для медиаобраза вологодской устной речевой культуры такой лексемой выступает имя прилагательное *вологодский*, для брендированного медиаобраза Вологодского Деда Мороза – имя прилагательное *волшебный*), (2) метафоризация как языковой механизм формирования комплексной ментальной единицы – медиаобраза (например, аудиальным образом медиабренда «Вологодская область – душа Русского Севера» является звук колокола, а визуальным – кружево).

В параграфе 2.4. «Эволюция медиаобраза локальной устной речевой культуры в контексте осмысления проблем языковой идеологии» раскрываются особенности динамических процессов в области создания медиаобраза локальной устной речевой культуры в их соотношении с прототипом устной речевой культуры, феноменом трансфера знаний, а также транслируемыми медиа языковыми «идеологиями» о локальной речевой культуре.

Дерегулирование СМИ как свобода от государственной регламентации приводит к последовательной деидеологизации в речевой сфере как смене языковых идеологий (убеждений) о речевой культуре, в частности свободе от языкового пуризма. Диверсификация целевой аудитории традиционных СМИ, а также развитие социальных сетей и в целом сферы самокоммуникации в сети Интернет (например, блогосферы, онлайн-комментариев) привели к тому, что медиаобраз локальной устной речевой культуры стал создаваться в массовой коммуникации не только в рамках профессиональных медиатекстов, но и в медиатекстах, созданных непрофессиональными журналистами, пользователями социальных сетей и пр., что косвенно подтверждает значимость данного медиаобраза для сферы массовой коммуникации. Нарастающий в этой сфере процесс регионализации/локализации (противопоставленный глобализации) рассматривается как процесс улучшения «имиджа» региональных феноменов – культуры, местных СМИ, общества в целом и пр. В этом контексте медиаобраз локальной устной речевой культуры становится важной частью региональной идентичности, своеобразным языковым маркером, позволяющим различать «своих» и «чужих». С развитием коммерциализации в области СМИ, с появлением региональных брендов, с увеличением тенденции к осознанному формированию имиджа регионов медиаобраз локальной устной речевой культуры становится основой для появления (медиа)бренда локальной речевой культуры в туристической, экономической и политической сферах. В данных условиях наблюдается такое явление, как диалектизация медиа, под которым мы понимаем активное формирование высокого статуса локальной устной речевой культуры и соответственно дальнейшее продвижение ее медиаобраза.

Заключение содержит основные выводы исследования и определяет векторы развития медиаобраза локальной устной речевой культуры, а также возможности его регулирования и коррекции.

Локальная речевая культура представляет собой способ означивания действительности в локус-ориентированном дискурсе: это вариант языковой картины мира в сознании носителей русского языка, живущих на определенной территории и отождествляющих себя как языковое сообщество. Вслед за Н.Н. Болдыревым, мы понимаем под прототипом локальной устной речевой культуры то прототипическое средство, которое репрезентирует знание об этом феномене в языке. Локальная речевая культура в эпистемологическом отношении преломляется в двух концептуальных системах означивания действительности.

Во-первых, локальная речевая культура соотносится со стихийно формирующимся образом локальной устной речевой культуры в массовом сознании, который вербализируется первоначально в поговорках, насмешливых сентенциях и пр., содержащих оценочную характеристику локальных речевых особенностей, а с течением времени приобретает фиксированную форму своего выражения в медиатексте. В этом случае когнитивной структурой, которая содержит знания об окружающей действительности в целом и о локальной речевой культуре в частности, является медиаобраз. Медиаобраз является активной когнитивной (ментальной) структурой, которая поглощает другие когнитивные структуры, образы, знания и представления, использует их для осуществления информационного трансфера в сфере массовой коммуникации. Активность медиаобраза как когнитивной структуры заключается в наличии когнитивных и языковых механизмов переработки и качественного изменения других когнитивных образований таким образом, чтобы они способствовали расширению сферы влияния медиаобраза на субъекты познания.

Во-вторых, формой бытования локальной устной речевой культуры как вербализированного знания о ней является система ее концептуализации в научной картине мира. В настоящее время наблюдается усиливающийся процесс гибридизации медиадискурса в форме заимствования и реформатирования фрагментов академического дискурса, в частности в сфере публикаций, посвященных медиаповодам, связанным с локальной культурой, осмыслением региона в средствах массовой коммуникации. В последние годы этот процесс представляет собой трансфер знаний о локальной речевой культуре из академического дискурса в медиадискурс. Происходит насыщение медиаобраза локальной речевой культуры как когнитивной структуры новыми элементами, имеющими в своей основе таксономические модели знания академического дискурса. В ходе трансфера знаний происходит реформатирование знания о локальной речевой культуре: вместо иерархически структурированного знания в медиасреде продвигается концентрическая полевая модель знания о фрагментах локальной речевой культуры, которая часто не обладает автономностью. Под автономностью медиаобраза мы понимаем его способность к производству собственных моделей концептуализации действительности, набора коммуникативных стратегий и тактик продвижения в медиaprостранстве. Анализируемая когнитивная структура – медиаобраз локальной устной речевой культуры – не обладает автономностью и является частью комплексной когнитивной единицы – медиаобраза региона.

Локальная устная речевая культура, к которой обращаются современные медиа, выражает идею региональной идентичности и служит собственно ее «лингвистическим кодом», использование которого позволяет аудитории воспринимать духовно-нравственные ценности традиционной народной культуры, вербализированные в местной речи.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных Перечнем ВАК РФ

1. Буланов, А.В. Медиаобраз Вологодской области в европейских СМИ / А.В. Буланов, Ю.Н. Драчева, Е.В. Опахина // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2016. – № 6. – С. 49–57.
2. Драчева, Ю.Н. Антропоцентрический подход в диалектной электронной лексикографии (на примере вологодских говоров) / Ю.Н. Драчева, А.Б. Крылова // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2016. – № 6. – С. 69–73.
3. Драчева, Ю.Н. Концепт <крест> и лингвистические средства его репрезентации в поэзии Николая Рубцова / Ю.Н. Драчева // Казанская наука. – № 5. – 2013. – С. 111–113.
4. Драчева, Ю.Н. «Куклы в народных костюмах»: коммуникативные особенности, лингвистическая основа, дидактический потенциал / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2014. – № 10. – С. 140–144.
5. Драчева, Ю.Н. «Лингвистический код» современных народных гуляний / Ю.Н. Драчева // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2016. – № 6. – С. 74–78.
6. Драчева, Ю.Н. «Мир детства» в записях устной речи жителей Вологодского края (на материале электронного корпуса региональных текстов «Жизненный круг») / Ю.Н. Драчева, Т.Г. Комиссарова // Севернорусские говоры. – 2017. – № 16. – С. 120–134.
7. Драчева, Ю.Н. Мультимедийный корпус диалектных текстов как основа изучения языковой личности жителя региона / Ю.Н. Драчева, Н.Н. Зубова // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – № 5. – С. 47–50.
8. Драчева, Ю.Н. Мультимедийный корпус «Жизненный круг» как основа изучения когнитивной составляющей диалектной языковой личности / Ю.Н. Драчева, Н.Н. Зубова // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – № 6. – С. 58–61.
9. Драчева, Ю.Н. Мультимедийный корпус региональных текстов «Жизненный круг»: к проблеме архитектоники оболочки / Ю.Н. Драчева, И.В. Морозова // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – № 3. – С. 72–74.
10. Драчева, Ю.Н. «О» в Вологде / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Русская речь. – 2016. – № 2. – С. 107–110.
11. Драчева, Ю.Н. Отражение особенностей звучащей речи вологжан в современной массовой коммуникации / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина, Н.Г. Мельникова // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – № 3. – С. 68–71.

12. *Драчева, Ю.Н.* Партворк как феномен в современной системе СМИ / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2015. – № 4. – С. 87–100.

13. *Драчева, Ю.Н.* Партворк «Куклы в народных костюмах» как материал для развития детской речи / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина, Т.Г. Комиссарова // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – № 3. – С. 64–67.

14. *Драчева, Ю.Н.* Понятие медиаобраза и его описание в языковедческом и неязыковедческом аспектах / Ю.Н. Драчева // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2019. – № 2 (89). – С. 134–146.

15. *Драчева, Ю.Н.* Представление о крестильном обряде в бытовой речи жителей Кирилловского района Вологодской области / Ю.Н. Драчева, Е.А. Кирилова // Севернорусские говоры. – 2019. – № 18. – С. 105–125.

16. *Драчева, Ю.Н.* Представление об игре в народной культуре и его интерпретация в партворке «Куклы в народных костюмах» / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Казанская наука. – 2014. – № 7. – С. 110–112.

17. *Драчева, Ю.Н.* Проблемы региональной идентичности в сфере изучения диалектной речи / Ю.Н. Драчева, М.И. Черняева // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2016. – № 6. – С. 83–87.

18. *Драчева, Ю.Н.* Репрезентация элементов брендов Вологодской области в путеводителях / Ю.Н. Драчева, А.Б. Крылова // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – № 4. – С. 77–80.

19. *Драчева, Ю.Н.* Текст партворка в контексте идей постмодернизма / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – № 5. – С. 50–54.

20. *Драчева, Ю.Н.* Феномен языковой трансмиссии и принципы его изучения / Ю.Н. Драчева // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2016. – № 6. – С. 78–82.

21. Ильина, Е.Н. Фонетическая система вологодских говоров как база культурной трансмиссии / Е.Н. Ильина, Ю.Н. Драчева // Вестник Костромского государственного университета. – 2017. – Т. 23. – С. 84–87.

Монографии

22. *Драчева, Ю.Н.* Трансмиссия языка традиционной народной культуры Русского Севера: монография / Ю.Н. Драчева. – Вологда: ИП Киселев А.В., 2016. – 240 с.

23. Народная речь Вологодского края: говоры Кирилловского района Вологодской области: коллективная монография / С.А. Ганичева, Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина, Н.Г. Михова. – Вологда: Легия, 2014. – 160 с.

24. Народная речь Вологодского края: между прошлым и будущим: коллективная монография / Е.П. Андреева, Л.Ю. Зорина, Ю.Н. Драчева [и др.]. – Вологда: Легия, 2015. – 256 с.

Другие публикации

25. *Драчева, Ю.Н.* Вологодский Дед Мороз как виртуальная языковая личность / Ю.Н. Драчева // Вестник Вологодского государственного университета. Серия: Гуманитарные, общественные, педагогические науки. – 2018. – № 1. – С. 64–69.

26. *Драчева, Ю.Н.* Вологодский край в зарубежном медиатексте / Ю.Н. Драчева, Е.В. Опахина // Беловский сборник: материалы конф. – Вологда: Легия, 2016. – С. 155–162.

27. *Драчева, Ю.Н.* Диалектная лексика в массовой коммуникации (на материале региональной прессы 1920–1930-х гг.) / Ю.Н. Драчева // Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования) 2016. – Санкт-Петербург: Нестор-История, 2016. – С. 196–206.

28. *Драчева, Ю.Н.* Диалектная лексика в современном газетном дискурсе / Ю.Н. Драчева // Актуальные проблемы русской диалектологии: материалы Междунар. конф. – Москва: Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова РАН, 2018. – С. 85–88.

29. *Драчева, Ю.Н.* Диалектное слово в современной районной газете (на примере газеты «Тотемские вести») / Ю.Н. Драчева // Современная русская лексикология, лексикография и лингвогеография. 2016: сб. статей. – Санкт-Петербург: Нестор-История, 2016. – С. 93–101.

30. *Драчева, Ю.Н.* Диалектное слово как маркер территории в массовой коммуникации / Ю.Н. Драчева // Русский язык: история, диалекты, современность: сб. науч. статей по материалам конф. – Москва: МГОУ, 2016. – С. 16–22.

31. *Драчева, Ю.Н.* Диалектный дискурс в массовой коммуникации / Ю.Н. Драчева // Актуальные проблемы русской диалектологии: тез. докладов Междунар. конф. – Москва: Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова РАН, 2015. – С. 59–62.

32. *Драчева, Ю.Н.* Динамика образа Вологды в текстах современной массовой коммуникации / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Вологодский текст в русской культуре: сб. статей по материалам конф. – Вологда: Легия, 2015. – С. 167–176.

33. *Драчева, Ю.Н.* Динамика образа Вологды в текстах современной массовой коммуникации / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Comparative studies of language and culture – tradition and innovation. Abstracts. – Poznań, 2015. – P. 83.

34. *Драчева, Ю.Н.* Изучение языка традиционной народной культуры в современных дискурсивных практиках / Ю.Н. Драчева // Вестник Вологодского государственного университета. Серия: Гуманитарные, общественные, педагогические науки – 2017. – № 1. – С. 64–68.

35. *Драчева, Ю.Н.* К вопросу о динамике концепта <игра> в диалектном дискурсе (на материале вологодских текстов о детстве) / Ю.Н. Драчева // Слово и образ в культуре Русского Севера: сб. научных статей. – Вологда: ВоГУ, 2014. – С. 49–53.

36. Драчева, Ю.Н. К вопросу об изучении языка православия в современной деревне / Ю.Н. Драчева, Е.А. Кирилова // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. Материалы VI Конгресса РОПРЯЛ. – Санкт-Петербург: РОПРЯЛ, 2018. – Вып. 6. – С. 183–188.

37. Драчева, Ю.Н. К проблеме представления традиционной народной культуры в региональных СМИ (на материале прецедентных заголовков статей в газете «Тотемские вести») / Ю.Н. Драчева // Беловский сборник: материалы конф. – Вологда: ВолНЦ РАН, 2017. – С. 198–200.

38. Драчева, Ю.Н. Культура повседневности как сфера функционирования православной лексики в диалектном дискурсе (на материале «Словаря вологодских говоров») / Ю.Н. Драчева, Е.А. Кирилова // Dialectologie a geolinguvistika v současné střední Evropě. III. – Opava: Slezská universita v Opavě, 2018. – С. 27–38.

39. Драчева, Ю.Н. Лексико-семантическая репрезентация концепта <игра> в вологодских текстах / Ю.Н. Драчева // Вестник Вологодского государственного педагогического университета. Серия: Гуманитарные, общественные, педагогические науки. – 2013. – № 5. – С. 71–75.

40. Драчева, Ю.Н. Лексическая группа «Игра» в «Словаре вологодских говоров» / Ю.Н. Драчева // Ярославский текст в пространстве диалога культур: материалы Междунар. науч. конф. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2014. – С. 405–411.

41. Драчева, Ю.Н. Лингвистика партворка: языковые средства и способы создания образа объекта коллекционирования (на материале коллекции кукол «Дамы эпохи») / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Русский язык и литература: проблемы изучения и преподавания: сб. научных трудов. – Киев: СПД Карпук С.В., 2014. – С. 114–121.

42. Драчева, Ю.Н. «Лингвистический код региона» в креолизованном тексте / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. Материалы V Конгресса РОПРЯЛ. – Санкт-Петербург: РОПРЯЛ, 2016. – Вып. 5. – С. 169–174.

43. Драчева, Ю.Н. «Мужское» и «женское» начала в народной культуре и их интерпретация в партворке «Куклы в народных костюмах» / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Слово и образ в культуре Русского Севера: сб. научных статей. – Вологда: ВоГУ, 2014. – С. 220–227.

44. Драчева, Ю.Н. Мультимедийный корпус вологодских текстов «Жизненный круг» как репрезентация региональной концептосферы / Ю.Н. Драчева, П.Н. Задумина // Образы национальной ментальности в текстах Русского Севера: сб. научных статей. – Вологда: Легия, 2013. – С. 23–26.

45. Драчева, Ю.Н. Мультимедийный корпус вологодских текстов «Жизненный круг» как форма представления региональной концептосферы в аспекте проблематики ЛАРНГ / Ю.Н. Драчева, П.Н. Задумина // Лексический атлас русских народных говоров (Материалы и исследования) 2014. – Санкт-Петербург: Нестор-История, 2014. – С. 267–277.

46. Драчева, Ю.Н. Образ Великой Отечественной войны в массовых научно-популярных коллекционных изданиях / Ю.Н. Драчева // Великая Отечественная война: проблемы междисциплинарного осмысления: материалы Всерос. науч. конф. – Вологда: ВоГУ, 2016. – С. 110–114.

47. Драчева, Ю.Н. Образ Вологодской области в зарубежном медиатексте / Ю.Н. Драчева, Е.В. Опахина, А.В. Буланов // Вузовская наука – региону: материалы XVI Всерос. науч. конф. – Вологда: ВоГУ, 2018. – С. 308–310.

48. Драчева, Ю.Н. Образ России в текстах партворка / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: материалы XIII Конгресса МАПРЯЛ: в 15 т. – Санкт-Петербург: МАПРЯЛ, 2015. – Т. 3. – С. 64–69.

49. Драчева, Ю.Н. Особенности трансмиссии народной культуры в языке современных медиа (на примере публикаций о масленице в вологодских СМИ) / Ю.Н. Драчева // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. – 2016. – Т. 2. – № 1–1 (68). – С. 122–125.

50. Драчева, Ю.Н. Особенности трансмиссии языка традиционной народной культуры через средства массмедиа / Ю.Н. Драчева // Славянский мир и национальная речевая культура в современной коммуникации: к 155-летию со дня рождения академика Е.Ф. Карского: сб. науч. трудов. – Гродно: ГрГУ, 2016. – С. 127–135.

51. Драчева, Ю.Н. Партворк в системе средств массовой информации / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Вестник Вологодского государственного университета. Серия: Гуманитарные, общественные, педагогические науки. – 2015. – № 5. – С. 63–67.

52. Драчева, Ю.Н. Партворк как феномен современного медиaprостранства / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Современные медиа: процессы и контексты: материалы Междунар. конф. – Ярославль, 2015. – С. 31–37.

53. Драчева, Ю.Н. Пространственные характеристики региона (на материале зарубежных медиатекстов) / Ю.Н. Драчева, Е.В. Опахина // Вузовская наука – региону: материалы XIV Всерос. науч. конф. – Вологда: ВоГУ, 2016. – С. 293–295.

54. Драчева, Ю.Н. Создание образа региона в текстах партворка: текстологический комментарий / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Диалектологический альманах. – Воронеж: ВГПУ, 2015. – Вып. II. – С. 15–28.

55. Драчева, Ю.Н. Специфика отражения традиционной народной речевой культуры в вербальной репрезентации бренда «Дед Мороз» / Ю.Н. Драчева // Славянская мифология и этнолингвистика: сб. науч. статей. – Гомель: ГГУ им.Ф. Скорины, 2015. – С. 77–81.

56. Драчева, Ю.Н. Способы репрезентации динамики концепта «игра» в диалектном дискурсе (на материале корпуса вологодских текстов) / Ю.Н. Драчева // Рябининские чтения – 2015. Материалы VII конференции по

изучению и актуализации культурного наследия Русского Севера. – Петрозаводск: МАКС-ПРИНТ, 2015. – С. 543–545.

57. Драчева, Ю.Н. Традиции лубка в современном партворке / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Журналистика и культура: сб. науч. статей Междунар. конф. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2014. – С. 10–13.

58. Драчева, Ю.Н. Традиционная игровая культура в текстах массовой коммуникации [Электронный ресурс] / Ю.Н. Драчева // Сборник материалов Кирилло-Новоезерских чтений: материалы III, IV, V чтений (2013–2015 гг.). – Белозерск: Белозерский областной краеведческий музей, 2015. – С. 606–614. – Режим доступа: <http://belozermus.ru/wp-content/uploads/2016/03/Сборник-материалов-IIIIVV-Кирилло-Новоезерских-чтений.pdf>

59. Драчева, Ю.Н. Традиционная народная культура в текстах массмедиа / Ю.Н. Драчева // Современная русская лексикология, лексикография и лингвогеография. 2015: сб. статей. – Санкт-Петербург: Нестор-История, 2015. – С. 102–111.

60. Драчева, Ю.Н. Электронный корпус диалектных текстов в аспекте изучения динамики культурных концептов (на примере мультимедийного корпуса вологодских текстов) / Ю.Н. Драчева // Современная русская лексикология, лексикография и лингвогеография. 2014: сб. статей. – Санкт-Петербург: Нестор-История, 2014. – С. 114–121.

61. Драчева, Ю.Н. Этнографизмы как элементы медиаобраза Вологодского края в зарубежных СМИ / Ю.Н. Драчева, Е.В. Опахина // Перевод и культура: взаимодействие и взаимовлияние: тезисы III Междунар. науч. конф. – Вологда; Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2018. – С. 23–25.

62. Драчева, Ю.Н. «Этнолубок XXI века»: коллекция кукол в народных костюмах издательского дома «Де Агостини» / Ю.Н. Драчева, Е.Н. Ильина // Вторые Громовские чтения. Русские народные говоры: прошлое и настоящее: сб. материалов и исслед. Всерос. науч.-практ. конф. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2015. – С. 180–186.

63. Драчева, Ю.Н. «Ярославский текст» в современной массовой коммуникации (на материале журнала «Летний костюм Ярославской губернии») / Ю.Н. Драчева // Ярославский текст в пространстве диалога культур: материалы науч. конф. – Ярославль: ЯГПУ, 2016. – С. 259–263.

64. Dracheva, Yu.N. Learning Needs of Adults in the Modern Edutainment System (on the Base of Partworks) / Yu.N. Dracheva // The European Conference on Education 2017: Official Conference Proceedings. – Brighton: The International Academic Forum (IAFOR), 2017. – Pp. 359–371.

65. Ильина, Е.Н. «Регионализация» звучащей речи в контексте понимания медийного текста / Е.Н. Ильина, Ю.Н. Драчева // Человек в информационном пространстве: понимание в коммуникации: сб. научных трудов: в 2 т. – Ярославль: ЯГПУ, 2017. – Т. 1. – С. 183–190.

66. Iiina, E.N. Methods of Transforming Literature into a Partwork Magazine Series / E.N. Iiina, I.N. *Dracheva* // *Nomadyzm i nomadologia: rozważania i analizy*. – Olsztyn: Centrum Badań Europy Wschodniej, 2018. – Pp. 235–248.

Отзывы на автореферат в двух экземплярах с указанием фамилии, имени, отчества, почтового адреса, адреса электронной почты, наименования организации, должности лица, составившего отзыв, подписанные и заверенные печатью, просим направлять **по адресу**:

164500, г. Северодвинск, ул. Капитана Воронина, д. 6,
Филиал САФУ имени М.В. Ломоносова,
научный отдел (для диссовета Д 212.008.09).