

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра русского языка и речевой коммуникации

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой РЯиРК
_____ /И.В. Евсева/
« ____ » _____ 2021 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ
**ЗНАКОВЫЕ ГОРОДСКИЕ ОБЪЕКТЫ
В АСПЕКТЕ ЛИНГВОИМИДЖЕЛОГИИ**

45.04.01 Филология
45.04.01.01 Русский язык

Магистрант	_____	И.С. Жмакина
Научный руководитель	_____	д-р филол. наук, проф. И.В. Евсева
Нормоконтролер	_____	Н.С. Севруженко

Красноярск 2021

АННОТАЦИЯ

Тема магистерской диссертации – «Знаковые городские объекты в аспекте лингво-имиджологии». Объём текстового материала составляет 139 страниц с тремя таблицами и тремя приложениями. Список литературы содержит 87 источников.

Ключевые слова: лингвоимиджология, лингвоконцептология, концепт, имидж, фреймовая модель концепта, типы оценочных значений, средства языкового выражения оценки.

В работе рассматриваются концепты «Национальный парк “Столбы”», «Сибирский федеральный университет» и «Театр оперы и балета» в теории лингвоимиджологии.

Цель: создание лингвистической имиджформирующей модели знакового городского объекта.

Задачи:

1. изучить основные задачи, терминологический аппарат и теоретические основы имиджологии;
2. с опорой на типологию имиджа, выявить языковые и речевые средства, участвующие в формировании имиджа кого-либо / чего-либо;
3. методом анкетирования выявить знаковые объекты города Красноярска;
4. собрать и проанализировать тексты о знаковых объектах города Красноярска, выявив имиджформирующие составляющие городских объектов в этих текстах.

Практическая значимость: результаты исследования могут применяться в практической деятельности сотрудниками печатных СМИ и служб по связям с общественностью. Материалы диссертации могут быть использованы при разработке курсов лингвистической и журналистской направленности, а также различных спецкурсов по имиджологии, рекламе и связям с общественностью.

Основные выводы и результаты исследования:

В ходе лингвокогнитивного анализа эмпирического материала (публицистические тексты о знаковом городском объекте) выявлены составляющие исследуемого концепта; построена модель фреймового типа, предусматривающая понятийную, прагматическую и оценочную характеристику слотов фрейма; определены типы оценочных значений, преобладающие в текстах о знаковых городских объектах; установлена частотность языковых средств – художественных тропов, используемых в создании положительного образа изучаемого объекта. В исследовании предложены рекомендации по совершенствованию имиджа каждого из объектов, что может быть учтено при создании новых медиатекстов.

Перспективы дальнейшего исследования: разработанная методология может быть применена к анализу имиджевой составляющей других знаковых региональных объектов.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО–МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ИМИДЖА ОБЪЕКТА	9
1.1. Имидж как объект исследования имиджелогии	9
1.2. Теоретическое обоснование лингвоимиджелогии как самостоятельного направления	16
1.3. Практика изучения имиджа объекта	20
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	244
ГЛАВА 2. ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТОВ, РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ ЗНАКОВЫЕ ОБЪЕКТЫ ГОРОДА.....	255
2.1. Концепт как единица сознания и культурно значимый конструкт	25
2.2. Фреймовая модель описания имиджа знакового городского объекта	29
2.3. Категория оценки как ведущая составляющая изучения имиджа	32
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	37
ГЛАВА 3. ФРЕЙМОВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНЦЕПТОВ ЗНАКОВЫХ ОБЪЕКТОВ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА.....	38
3.1. Фреймовое описание концепта <i>Национальный парк «Столбы»</i>	38
3.2. Фреймовое описание концепта <i>Сибирский федеральный университет</i> ..	47
3.3. Фреймовое описание концепта <i>Красноярский государственный театр оперы и балета</i>	58
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 3.....	70
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	72
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	75
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	83
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	104
ПРИЛОЖЕНИЕ В.....	123

ВВЕДЕНИЕ

Вопрос лингвистического моделирования является востребованным, поскольку имиджевые модели активно используются во всех сферах СМИ (как официальных, так и неофициальных). В рамках нашей темы понятие имиджа определяется через две ключевые характеристики: принадлежность какому-либо объекту и знаковость. Такое понимание позволяет говорить о многогранности термина «имидж». Так, Е.С. Кубрякова отмечает, что «в текстах понятие имиджа нередко распространяется на мнения и впечатления (образы) не только о государствах, городах, странах, официальных учреждениях, фирмах, компаниях и т.п., т.е. о разного рода объектах, но чаще всего упоминаются всё же представления о лицах. В этих ситуациях имидж – это, прежде всего, та роль, которую человек почему-либо хочет играть перед своими зрителями» [Кубрякова, 2008: 5]. Уместно отметить, что «имиджи создаются для реализации определённых целей» [Там же: 7], из чего следует социально-политическая, экономическая и культурная целесообразность изучения имиджа города, в частности города Красноярска.

Актуальность исследования обусловлена, в первую очередь, необходимостью развития теории лингвоимиджелогии, поскольку современное имиджирование во многом реализуется за счёт медиасферы, оказывающей непосредственное влияние на общественное мнение. Кроме того, значимо изучение имиджа знаковых городских объектов, поскольку они играют большую роль в формировании имиджа города, в котором эти объекты расположены. Актуальность данной работы также определяется разработкой модели имиджа городского объекта. Такая модель универсальна и может быть по аналогии применима к разным городским объектам для формирования как их положительного имиджа, так и имиджа города в целом.

Проблема исследования заключается в выявлении составляющих лингвистической модели имиджа города.

Теоретико-методологической базой нашего исследования послужили работы, (1) развивающие теорию имиджа [Кубрякова, 2008; Перельгина, 2002; Прохоров, 2013]; (2) раскрывающие когнитивное понимание концепта и теорию когнитивных структур знания [Стернин, Попова, 2007; Евсеева, 2011]; описывающие систему фреймов [Минский, 1979].

Объектом исследования являются журналистские тексты о знаковых объектах города Красноярска.

Предмет анализа – лингвистические составляющие модели описания имиджа знакового объекта города.

Цель работы: создание лингвистической имиджформирующей модели знакового городского объекта.

Сформулированная цель обуславливает решение следующих **задач:**

5. изучить основные задачи, терминологический аппарат и теоретические основы имиджелогии;
6. с опорой на типологию имиджа, выявить языковые и речевые средства, участвующие в формировании имиджа кого-либо / чего-либо;
7. методом анкетирования выявить знаковые объекты города Красноярска;
8. собрать и проанализировать тексты о знаковых объектах города Красноярска, выявив имиджформирующие составляющие городских объектов в этих текстах.

Материалом нашего исследования послужили тексты о знаковых объектах города Красноярска. Для лингвистического анализа было взято по 30 текстов о каждом объекте. С целью наиболее объективного анализа имиджа городских объектов выборка осуществлялась по двум видам источников массовой информации: внутренние и внешние. К внутренним источникам относятся официальные сайты объектов, туристические сайты о них, новостные блоги в мессенджерах или социальных сетях и региональные СМИ. К внешним источникам относятся федеральные СМИ. Тексты рассматривались за последние два года (2019 и 2020 гг.), однако в случае

неравного количества текстов об объектах на федеральных каналах, было решено привлекать к рассмотрению более ранние тексты (2018 или 2017 гг.).

В ходе исследования применялся комплекс **методов и методик**.

Научно–исследовательские методы:

концептуальный анализ, предусматривающий описание концептов, репрезентированных именем какого-либо объекта, посредством изучения словарных дефиниций и публицистических контекстов;

семантический анализ оценочных значений (по классификации Н. Д. Арутюновой);

фреймовое моделирование концепта, предусматривающего три характеризующих параметра: понятийный, прагматический и оценочный;

онлайн-анкетирование, направленное на выявление значимых объектов города Красноярска;

количественный подсчет, направленный на выявление частотности того или иного средства художественной выразительности;

элементы лингвостилистического анализа текста.

Научная новизна исследования заключается в том, что в работе создаётся лингвистическая модель знаковых объектов города Красноярска посредством фреймового моделирования. Кроме того, выявляются неосвещённые сферы деятельности каждого из объектов, и вносятся лингвистические предложения по поддержанию и развитию положительного имиджа каждого из объектов.

Теоретическая значимость проведённого исследования заключается в том, что диссертационная работа вносит вклад в изучение развивающегося направления – лингвоимиджелогии (создание лингвистической модели имиджа знакового городского объекта). Кроме того, работа развивает идеи когнитивного направления, основанные на принципе моделирования концепта в виде структуры фреймового типа.

Практическая значимость видится в том, что основные выводы, полученные в результате исследования, могут применяться в практической

деятельности сотрудниками печатных СМИ и служб по связям с общественностью. Материалы диссертации могут быть использованы при разработке курсов лингвистической и журналистской направленности, а также различных спецкурсов по имиджеологии, рекламе и связям с общественностью.

Апробация работы. Результаты исследования были представлены на II Международном Форуме языков и культур в виде доклада «Концепт “Сибирский федеральный университет” в аспекте лингвоимиджеологии» (27.05.2021, диплом III степени).

Основные положения и результаты работы изложены в публикации: Evseeva I.V., Zhmakina I.S. Concept «National Park “Krasnoyarsk Stolby” in the aspect of linguoimageology» // Журнал СФУ. Гуманитарные науки. Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Science. Krasnoyarsk, 2020. С. 1914–1926.

Структура и объём работы. Текст диссертации включает в себя введение, три главы, заключение, список использованных источников и приложения А, Б, В.

Во введении определяется актуальность и новизна настоящей работы, цели, задачи и методы исследования, его теоретическая и практическая значимость.

Первая глава «Теоретико-методологические основы изучения имиджа города» содержит три параграфа. В параграфе 1.1. «Имидж как объект исследования имиджеологии» рассматриваются понятие «имидж», типология имиджа, теоретические вопросы имиджеологии. Параграф 1.2. «Теоретическое обоснование лингвоимиджеологии как самостоятельного направления». В параграфе 1.3. «Практика изучения имиджа объекта» отмечается важность лингвистической составляющей при изучении имиджа городского объекта, в частности, речевого воздействия на сознание адресата.

Вторая глава диссертации «Лингвокогнитивный анализ концептов, репрезентирующих знаковые объекты города» содержит три параграфа.

Параграф 2.1. «Концепт как единица сознания и культурно значимый конструкт» содержит описание понятия концепт и его функционирование в культуре. В параграфе 2.2. «Фреймовая модель описания имиджа знакового городского объекта» описывается понятие фреймовой модели и её практическое применение. В параграфе 2.3. «Категория оценки как ведущая составляющая изучения имиджа» раскрывается понятие оценки, её видов и характеристик.

Третья глава диссертации состоит из трех параграфов, в которых с помощью фреймового моделирования анализируются тексты о трех знаковых объектах города Красноярск: 3.1. «Фреймовое описание концепта “Столбы”», 3.2. «Фреймовое описание концепта “Сибирский Федеральный Университет”», 3.3. «Фреймовое описание концепта “Красноярский государственный театр оперы и балета”».

В заключении представлены основные выводы по теме исследования.

Список литературы включает 74 источника.

Приложение А содержит медиатексты о Национальном парке «Столбы».

Приложение Б включает в себя тексты о Сибирском федеральном университете.

Приложение В состоит из ряда текстов о Театре оперы и балета.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ИМИДЖА ОБЪЕКТА

1.1. Имидж как объект исследования имиджелогии

Имиджелогия является разноплановой наукой, которая охватывает многие стороны общественной жизни, в частности, политическую, гендерную, профессиональную, персональную, корпоративную и т.д. В каждой из этих сфер имиджелогия занимает особенное место, от которого зависит результат соответствующей деятельности каких-либо организаций. Р.Б. Квеско пишет, что «имиджелогия – это наука о построении имиджа, выделяющая основные аспекты обаятельного облика. Имиджелогия – это новая научно-прикладная дисциплина, возникшая на стыке психологии, социологии, философии, культурологии и ряда других наук» [Квеско, 2008: 4]. Исследователь также отмечает предмет изучения имиджелогии, к которым относит «закономерности формирования, функционирования и управления имиджем человека, организации, товара и услуги», раскрытие общего, особенного и единичного в онтологии всех видов имиджей [Там же]. Следует отметить, что объектом изучения науки, в рамках которой проводится наше исследование, является «имидж как коммуникативная единица». Предметом же – «средства формирования положительного образа индивида, территориального образования, корпорации, товара и общественных сфер. Имиджелогия строится на выявлении и внедрении индивидуально-типичных черт в имидж» [Квеско, 2008: 5]. Одним из важных вопросов, на которых следует остановиться, это определение понятия имиджа.

Н.Г. Комлев в словаре иностранных слов отмечает, что имидж – англ. image, лат. image – образ, подобие, – это «определённый образ известной личности или вещи, создаваемый средствами массовой информации, литературой или самим индивидом» [Комлев, 2006]. И.И. Санжаревский определяет имидж как «целенаправленно формируемый образ (какого-либо

лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально–психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т. п.» [Санжаревский, 2010].

Некоторые исследователи определяют имидж через методологию имиджелогии. Так, Е.Б. Перелыгина в работе «Психология имиджа» даёт социально–психологическое определение имиджа: «символический образ субъекта, создаваемый в процессе субъект–субъектного взаимодействия» [Перелыгина, 2002: 15]. Здесь же отмечено, что имидж обладает двойственной природой – социальной и психологической, в связи с чем нельзя не учитывать данное свойство при определении рассматриваемого понятия. «Имидж нельзя рассматривать лишь как феномен психической жизни индивида, но в то же время неверно описывать его и как исключительно проявление внешних по отношению к индивиду факторов, в том числе воздействия группы. Он является проявлением работы психики по согласованию ее собственных импульсов с индивидуальным и групповым опытом», – пишет Е.Б. Перелыгина [Там же: 15].

Важно отметить, что понятие «имидж» наряду со многими научными категориями рассматривается как в широком, так и узком смысле. Об этом писала В.Г. Константинова: «в *широком* смысле, под имиджем понимается распространённое представление о совокупности естественных и специально сформированных свойств субъекта, в *узком* – он трактуется как сознательно сформированный образ субъекта, наделяющий последнего дополнительными ценностями и дающий возможность продуцировать те впечатления о субъекте, отношения к нему и его оценки, которые обеспечивают эффективность его жизнедеятельности и оптимальный при данных условиях уровень качества жизни» [Константинова, 2011: 221]. В рамках нашего исследования понятие «имидж» взято на рассмотрение в узком смысле.

Интересно, что «имидж» в качестве самостоятельного понятия был использован Зигмундом Фрейдом ещё в 30-е гг. XX века в названии одноимённого журнала. В.В. Учёнова отметила, что по Фрейду «имидж» – это

не столько реальный образ человека или предмета (Ego), сколько идеальный образ (Super Ego), естественно, отличающийся от реального. Это сознательное, рукотворное, придуманное с конкретной целью несоответствие и превратило имидж в короля манипуляций как в коммерческой, так и в политической рекламе» [Учёнова, 1999: 32]. В 60-е гг. XX века понятие «имидж» начало функционировать уже как термин в трудах американского экономиста Кеннета Боулдинга.

Современные определения имиджа во многом повторяют друг друга. Так, например, в словаре иностранных слов И.А. Васюкова определяет «имидж» как «целенаправленно формируемый образ какого-либо лица, предмета, явления, призванный оказать на кого-либо эмоциональное и психологическое воздействие с целью рекламы, популяризации и т.п.» [Васюкова, 1998]. В понимании Ф. Котлера имидж, в частности государственный, это «сумма убеждений, представлений и впечатлений людей в отношении этого места» [Котлер, 2005: 205]. Определением понятия «имидж» занималась также исследователь Е.С. Кубрякова в работе «К определению понятия имиджа» (2008). Исследователь предлагает понимать имидж как «то, кем или чем хочет выглядеть (казаться) объект в глазах окружающих, это специально и даже нередко искусственно создаваемый образ, необходимый его носителю по тем или иным причинам и отвечающий стереотипным или прототипическим представлениям о том, кем или чем должен являться этот объект на деле» [Кубрякова, 2008: 10]. В свою очередь, А.Ю. Панасюк понимает имидж как образ, представляющий собой совокупность «материальных» (видимых) и «идеальных» (невидимых) характеристик объекта. Например, «он кажется мне красивым» – видимая характеристика, «он кажется мне умным» – невидимая [Панасюк, 2009: 6]. Е.П. Петрова также отмечала, что имидж – «феномен индивидуального, группового или массового сознания, имидж функционирует как образ – представление, в котором соединяются внешние и внутренние характеристики

объекта. Имидж выражает впечатление, которое производит его носитель» [Петрова, 2019: 26].

Рассмотренные определения «имиджа» отражают его специфику, а именно искусственный, намеренно созданный образ объекта, несущий в себе определённую информацию, непосредственно связанную с интенцией говорящего (пишущего). Справедливо отметить, что имиджу характерны такие свойства как «относительная константность, динамичность, ассоциативность, схематичность, открытость (незавершённость) и др.» [Петрова, 2019: 26].

В качестве рабочего определения нам видится целесообразным значительно дополнить определение Е.С. Кубряковой (имидж – *«то, кем или чем хочет выглядеть (казаться) объект в глазах окружающих, это специально и даже нередко искусственно создаваемый образ, необходимый его носителю по тем или иным причинам и отвечающий стереотипным или прототипическим представлениям о том, кем или чем должен являться этот объект на деле»*).

С учётом того, что имидж может принадлежать как объекту неодушевлённому (организация, товар), так и одушевлённому (личность, иной носитель); может быть как искусственным, так и намеренно созданным образом объекта, несущим в себе определённую информацию, непосредственно связанную с интенцией говорящего (пишущего), мы предлагаем следующее определение имиджа: **имидж** – феномен индивидуального, группового или массового сознания, существующий в действительности или искусственно созданный с определенной целью его носителем или профессиональным лицом (группой лиц), и несущий в себе конкретную информацию, непосредственно связанную с интенцией говорящего (пишущего).

В рамках данного исследования нам видится необходимым рассмотрение существующих типологий имиджа. Следует отметить, что общепризнанной типологии не существует ввиду разноплановости объектов, способных обладать имиджем.

Е.П. Петрова в работе «Имиджелогия – наука XXI века» выделила некоторые константные черты, на которых может строиться типология имиджей, а именно: персональный, корпоративный, единичный, множественный, оригинальный и типичный. Исследователь также указывает и на другие основания формирования типологий, в частности «контекст имиджирования, который может быть личным, профессиональным, политическим и др., параметры проявления имиджа – средовой, габаритный, овеществлённый, вербальный, кинетический и др. ... Естественно при построении типологии имиджа оказываются учтены и такие факторы как пол (мужской и женский имидж), возраст (молодёжный, зрелый и т.д.), длительность существования имиджа (общий, ситуативный)» [Петрова, 2019: 26].

М.А. Беляева и В.А. Самкова уточняют, что «имиджем обладают субъекты разного порядка: личность (индивидуальный), семья (групповой), коллектив – учебный, трудовой (групповой), организация/учреждение (общинный), территория (общинный)» [Беляева, 2016: 4]. Таким образом, типология может строиться на критерии субъекта имиджа.

А.В. Чепкасов рассматривает основные типы имиджа, в частности:

- положительный – отрицательный: «имидж объекта как совокупность устойчивых представлений о нём может быть как позитивным, так и негативным. При этом и первый и второй могут складываться стихийно, либо быть предметом целенаправленного имиджевого маркетинга (т.н. чёрный PR)»;
- внутренний – внешний: исследователь отметил, что внутренний имидж региона является отражением того, что находится в сознании населения, проживающего на данной территории. Такой имидж как правило наиболее объективен ввиду достоверности знаний о данной территории. «Внешний имидж принадлежит сторонним наблюдателям и формируется посредством информации, транслируемой СМИ, а также слухов, рассказов и

впечатлений людей, либо постоянно проживающих на данной территории, либо посетивших её»;

- субъективный (то, как видит объект аудитория) – моделируемый (тот, что создает организация) – объективный (представление о регионе, которое уже сложилось у аудитории в результате деятельности объекта имиджирования);

- индивидуальный – групповой – массовый: «индивидуальный, т.е. являющийся принадлежностью конкретного индивида, групповой, т.е. распространенный в рамках определенной социальной группы (интеллигенции, бизнесменов, торговых представителей и т.д.), и массовый, т.е. присущий большинству членов определенной общности»;

- индивидуальный – групповой – корпоративный – предметный: ссылаясь на Е.Б. Перельгину, А.В. Чепкасов отмечает, что индивидуальный имидж присущ конкретному человеку, групповой – социальной группе, корпоративный – организации или учреждению, а предметный – товару, услуге, явлению. Имидж региона А.В. Чепкасов предлагает отнести к предметному имиджу, считая территорию категорией товара;

- осязаемый – неосязаемый (ментальный, идеологический): первый тип формируется путём восприятия окружающего мира органами чувств (зрение, обоняние, осязание, вкусовые ощущения, слух), в то время как второй тип имиджа представляет собой совокупность оформленных идей и эмоций, связанных с регионом.

Важно отметить, что отрицательный имидж объекта в официальных источниках СМИ создаётся, как правило, имплицитно. В таких имиджевых моделях пишущий или говорящий активно и намеренно используют манипулятивные тактики и приёмы. В случае рассмотрения понятия имидж с манипулятивной точки зрения, можно дать определение, подобно сформулированному А.В. Прохоровым. Исследователь отмечает, что «имидж – манипулятивный, привлекательный, психологический образ, который:

- имеет ориентацию на восприятие;
- предполагает сильный эмоциональный отклик;
- включает в себя одновременно элементы иллюзорности и реалистичности;
- прагматичен, т.е. ориентирован на ограниченный круг задач, соответствующих целям организации или особенностям ситуации для её развития;
- активен по своей природе и оказывает воздействие на сознание и поведение людей;
- не подлежит прямому измерению, оценить его можно лишь по отношениям, проявляющимся в общении, деятельности, выборе;
- обладает стереотипным характером» [Прохоров, 2013: 254 – 255].

Имидж – многогранное понятие, особенности которого напрямую зависят от конкретных факторов, в частности субъекта имиджа, который в свою очередь может требовать создание определенного имиджа или намеренное акцентирование внимания на тех или иных чертах существующего имиджа.

Видится важным разграничить понятия «имидж» и «образ» в рамках настоящего исследования, поскольку определение первого нередко представляется через употребление второго. Происходит это посредством перевода с английского языка на русский.

В работе Е.С. Кубряковой отмечено, что имидж всё чаще предстаёт некой маской человека, представляет его не тем, кем он является в действительности. Имидж выдает желаемое за действительное, показывает то, кем хочет казаться его носитель.

Ли Минда в статье «Понятия “образ” и “имидж” в русском и китайском языках» отмечает, что в рамках политической психологии имидж представляет собой целенаправленно и сознательно сконструированное впечатление, в то время как образ – это нечто, формируемое спонтанно. «Образ становится имиджем, когда его конструируют специально», – отмечает

автор статьи [Ли, 2017: 1]. Так, если в образе чего или кого-либо намеренно акцентировать внимание на конкретных чертах или совершенствовать их, образ субъекта перейдет в имидж. Т.А. Присяжнюк и Г.М. Крутова в статье «Имидж современной России в зарубежной англоязычной прессе: лингвокогнитивный ракурс исследования» отмечают, что «в случае создания международного имиджа той или иной страны стоит принимать во внимание и тот факт, что сама страна также участвует в управлении потоком информации, служащим основанием для формирования соответственного образа...» [Присяжнюк, Крутова, 2006: 3].

Так, у понятия «имидж» существует несколько смежных, есть несколько вариантов определения имиджа как термина. Нет общепринятой типологии имиджа, поскольку имиджевый субъект многогранен, непосредственно имидж может создаваться намеренно положительно или намеренно отрицательно. Однако в рамках настоящего исследования ключевым является следующее определение имиджа: феномен индивидуального, группового или массового сознания, существующий в действительности или искусственно созданный с определенной целью его носителем или профессиональным лицом (группой лиц), и несущий в себе конкретную информацию, непосредственно связанную с интенцией говорящего (пишущего).

1.2. Теоретическое обоснование лингвоимиджелогии как самостоятельного направления

Изучение имиджа приходится на периферию различных наук, поскольку данное понятие можно рассматривать и использовать только в прямой взаимосвязи с преследуемыми целями. Т.А. Присяжнюк отмечает несколько приоритетных направлений в изучении имиджа:

- «исследование механизмов моделирования имиджа в отдельных социально-политических, экономических и лингвистических контекстах [Почепцов 2006; Шепель 2002];

- изучение когнитивных процессов, обуславливающих формирование языкового образа в сознании индивида [Гаспаров 1996];
- выявление языкового материала, принимающего участие в построении определённого имиджа [Булгакова 2009; Желтухина 2004];
- определение роли СМИ в процессе идеологического ориентирования массовой аудитории посредством специально сформированного имиджа объекта/субъекта действительности [Глинчевский 2005; Клушина 2005; Edward S. Herman 2005]» [Присяжнюк, 2006: 1].

Следует отметить, что имидж организации и имидж сотрудника подразумевают разные направления исследования. М.В. Катинская в монографии «Лингвистическое моделирование имиджа города» отмечает важность вопроса о возникновении имиджа, что обуславливает и область науки, в рамках которой такой имидж будет рассматриваться. Исследователь выделяет два направления: «Согласно одному из них, имидж существует как данность у всех объектов, *другое состоит в том, что он возникает только в случае искусственного формирования образа, функционального и управляемого. Имиджелогия как научно-практическая дисциплина в основном исходит из последнего понимания сущности имиджа*, что становится очевидным выводом при обращении к таким ключевым понятиям, которыми оперируют специалисты в данной области, как имиджирование и имидж-коммуникация» [Катинская, 2012: 7]. Так, видится важным обозначить, что данная работа выполняется в рамках лингвоимиджелогии – коммуникативно направленном направлении, в рамках которого имидж – не совокупность внешних материальных факторов. Напротив, это яркая и не менее важная собственно лингвистическая составляющая любого имиджа. Т.А. Присяжнюк отмечает, что «на данной стадии развития лингвистического знания назрела необходимость в формировании отдельного направления в языкознании – лингвоимиджелогии, предметом изучения которого являются языковые механизмы создания имиджа. В силу того, что данный сегмент лингвистической науки всё ещё находится на этапе ста-

новления, в настоящий момент приходится объективно констатировать существование определённой неупорядоченности в терминологическом аппарате и понятийной базе лингвоимиджелогии» [Присяжнюк, 2006: 2].

Имидж в современности играет важную роль в реализации различных проектов. Так, если рассматривать имидж города, необходимо понимать, из чего и как его строить. Имидж – неотъемлемая часть современного мира. Справедливо отмечает А.Ш. Санатулова, говоря о том, что «целесообразный, адекватный имидж совершенно необходим для любого вида социальной деятельности, что подтверждает многолетняя практика» [Санатулова, 2002: 67].

Процесс создания или формирования имиджа носит название имиджирования, которое следующим образом комментирует М.В. Катинская: «Термин «имиджирование» обозначает обоснованный и технологически апробированный процесс разработки и освоения имиджа, его искусная презентация в общении и в средствах массовой информации» [Катинская, 2012: 8]. Исследователь отмечает и термин «имидж-коммуникация», под которой «подразумевают разнообразные средства невербального и вербального предъявления персонального или группового имиджа и вызова соответствующих впечатлений, в которых заинтересован носитель имиджа ... Как отмечается исследователями, коммуникация имеет взаимообусловленный характер, так как «потребитель информации видит то, на что он настроен» ... Другими словами, потребитель информации определяет, что является для него более существенным, то есть для принятия решения ему необходим именно данный набор характеристик объекта, выражаемых имиджем. Необходимость включения вербальной составляющей в процесс имиджирования того или иного социального объекта приводит к активному инкорпорированию лингвистических знаний в структуру имиджелогии» [Там же].

В качестве теоретического обоснования лингвоимиджелогии выступает необходимость рассмотрения лингвистической части имиджирования. М.В. Катинская отмечает: «Лингвистический аспект научного обоснования

закономерностей формирования имиджа в сознании целевой аудитории состоит в изучении языка как средства концептуализации мира человеком. Целесообразный выбор вербальных средств репрезентации имиджа с учетом таких особенностей адресатов как его ценности и потребности, а также предпочтения относительно канала коммуникации позволяют эффективно осуществлять речевое воздействие в рамках задач создания востребованного и адекватного имиджа какого-либо объекта» [Катынская, 2012: 9]. Таким образом, лингвоимиджелогия играет большую роль в формировании любого имиджа, поскольку именно посредством различных языковых средств и приемов создается тот образ, который должен (хочет) услышать (увидеть) адресат.

Лингвистические составляющие имиджа кроются в его формировании. Так, А.В. Прохоров замечает, что имидж представляет собой коммуникативную единицу, с помощью которой можно работать с аудиторией, влиять на неё, параллельно формируя требующийся имидж. Таким образом происходит речевое воздействие на сознание адресата. При имиджировании подразумевается, что у товара, организации, города или коуча/человека нет отрицательных качеств, есть только положительные. Так, справедливо утверждать, что речевое воздействие является неотъемлемой лингвистической составляющей имиджа, требующей отдельного рассмотрения.

В статье Е.Н. Давыборец «Манипуляция сознанием в имидже политического лидера» отмечается: «большинство ученых сходятся во мнении, что выбор современных избирателей основывается главным образом на имидже политика, т.е. на том образе, который моделируется и внедряется в массовое сознание профессионалами–имиджмейкерами. Поэтому знание того, как создается имидж, раскрывает, во многом, сущность выбора избирателя» [Давыборец, 2007: 105].

Так, видится необходимым уделить отдельное внимание манипуляции и её способам, а также средствам, которые обеспечивают эффективное её использование. Подробнее о манипулятивных приемах и практике изучения имиджа в целом в параграфе 1.3.

1.3. Практика изучения имиджа объекта

Посредством анализа теоретического материала, относящегося к понятию имиджа, был сформулирован один из главных выводов исследования – имидж представляет собой скорректированный образ. Имидж – то, что создается намеренно, зачастую для достижения каких-либо целей.

В книге «Манипуляция сознанием» С. Кара-Мурза справедливо замечает, что воображение людей определяет их мнение и поведение, что легко поддается управлению извне: «язык и мышление – большие сложные системы, на которые можно воздействовать с целью программирования поведения человека. Человек обладает сложной психикой, важной частью которой является воображение. Оно развито настолько, что человек живет одновременно в двух измерениях, в двух «реальностях» – действительной и воображаемой. Воображаемый мир в большой степени (а у многих и в первую очередь) определяет поведение человека. Но он зыбок и податлив, на него можно воздействовать извне так, что человек и не заметит этого воздействия» [Кара-Мурза, 2005: 9].

Речевое воздействие играет большую роль в медиатекстах. Исследователи отмечают, что тексты, где формируется имидж, грамотно оформленный лингвистически, однозначно обладает способностью к такому речевому воздействию. Так, Е.Н. Давыборец пишет про имидж политика: «простое проявление лидерских качеств в современном информационном пространстве не является достаточным для победы на выборах и получения статусного лидерства. Для этого политик, во-первых, должен уметь презентовать себя, во-вторых, информация должна быть правильно доведена до аудитории. Современный политический лидер рождается по законам рекламы. Для его создания используются все известные имиджевые технологии. Наиболее эффективными из них и, в результате, активно используемыми сегодня оказываются те, которые основаны на техниках манипуляций массовым сознанием» [Давыборец, 2007: 105].

Исследователь также дает *определение манипуляции*, говоря, что это «система способов психологического воздействия на людей с целью скрытого управления их сознанием, волей, поведением. Сущность манипуляции заключается в скрытой активизации определенных эмоций индивида, которые будут побуждать (программировать) его к запланированным манипулятором действиям. У индивида при этом возникает иллюзия духовной самостоятельности в принятии своих решений, хотя на самом деле они ему тайно вменены манипулятором» [Там же]. Таким образом, видим, что манипулятивные средства очень важны в процессе имиджирования.

При формировании имиджа объекта следует учитывать и признаки речевого воздействия, чтобы процесс убеждения адресата соответствовал определению манипулирования – ненавязчиво, искусно и целенаправленно. «Во-первых, манипулятор в своих действиях по отношению к объекту должен руководствоваться интересом, целью. Во-вторых, действия манипулятора должны иметь ненасильственный психологический характер. В-третьих, манипулятор всегда стремится скрыть цель своего воздействия посредством искусного исполнения манипуляции. В-четвертых, действия манипулятора должны привести к изменению интересов, установок и соответственно поведения объекта манипуляции. И наконец, объект манипуляции, совершая действия, запланированные манипулятором, должен испытывать иллюзию духовной самостоятельности в выборе своего поведения» [Там же].

Манипулятивная природа имиджа отмечается многими исследователями. Особенно ярко такая имиджевая сторона проявляется в политической сфере, поскольку цель такого имиджа – повлиять на поведение электората. Е.Н. Давыборец пишет о том, что с этой целью используется большое количество психологических приемов. «Имиджмейкеры не просто наделяют “персонаж” ценными в народе чертами, а создают условия для того, чтобы их ему приписывали сами граждане. При этом гражданам, конечно, не сообщаются истинные цели политика, когда он, к примеру, неустанно пожимает руки потенциальным избирателям или говорит о том, что будет день и ночь думать о

них, их интересах и надеждах, их детях и их будущем. Действия по созданию имиджа всегда пытаются завуалировать. В результате решение проголосовать в пользу именно этого политического лидера воспринимается гражданами как самостоятельное, а не навязанное через обрушение на них лавины специально подготовленной информации. Таким образом, сам имидж политического лидера представляет собой результат манипуляции» [Давыборец, 2007: 106].

Если обратиться к имиджу города, страны и их знаковых объектов, то следует обратить внимание на социокультурный характер имиджа. Е.А. Дагаева в статье «Имидж: от манипуляции к самовыражению» также отмечает, что в имидже как социокультурном феномене «заложен значительный развивающий потенциал. Это не только форма социального поведения, средство влияния на социум и адаптации к нему, но и стратегия саморазвития и самосовершенствования. В зависимости от целей, которые ставит перед собой коммуникатор, имидж способен быть не только инструментом манипуляции, но и средством самовыражения, самораскрытия и достижения понимания» [Дагаева, 2018: 110]. Такая интерпретация имиджа применима к имиджу в целом, в частности, к имиджу города и его знаковым объектам.

Важно отметить и то, что в формировании имиджа, использовании различных манипулятивных тактик используется спектр лексических средств. Е.Н. Ремчукова и В.А. Омеляненко в статье «Языковые средства формирования имиджа России в современной рекламе» отмечают: «особого внимания заслуживают языковые средства формирования имиджа, которые интенсивно используются в рекламных текстах, представляющих специфическую “речь общества о себе”. Языковая специфика конструирования имиджа исследуется в русле направления лингвоимиджелогии, что подчеркивает роль языка в процессе моделирования имиджа» [Ремчукова, 2017: 346].

Особое внимание следует обратить на способы манипуляции. М.И. Каюмова в работе «Методы манипуляции массовым сознанием» отмечает основные средства манипулирования в СМИ. К ним исследователь в первую очередь

относит использование эвфемизмов: «Это действенный приём создания положительного образа или нейтрализации для утверждения нужных идей. Например, в американских СМИ не употребляют фразу «Военные действия США в Афганистане», вместо этого говорится «Борьба Соединённых штатов против терроризма». Это и есть скрытая манипуляция общественным мнением» [Каюмова, 2016: 141].

Кроме того, к эффективным методам манипуляции исследователь относит использование идеологем, отмечая, что идеологема всегда эмоционально окрашена, т.е. маркирована: «Как правило, идеологема легко запоминается и создаёт иллюзию понимания у объекта манипуляции. К самым популярным негативно маркированным идеологемам в современной узбекской журналистике можно отнести понятия «советские времена», «коммунизм», «культ личности» и т. д.» [Там же].

М.И. Каюмова отмечает среди наиболее эффективных средств речевого воздействия – использование стереотипов, поскольку «стереотипы принимаются людьми за знание», а также активное оперирование метафорой.

Таким образом, в процессе конструирования имиджа важно учитывать лингвистический аспект. Имиджевый объект, а точнее – тексты о нём, требует качественной лингвистической обработки, умелого использования средств художественной выразительности, различных методов и способов речевого воздействия на массовое сознание. Без лингвистического аспекта формирование имиджа невозможно, поэтому существование такой науки, как лингвоимиджологии, теоретически и практически обосновано.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Имидж – феномен индивидуального, группового или массового сознания, существующий в действительности или искусственно созданный с определенной целью его носителем или профессиональным лицом (группой лиц), и несущий в себе конкретную информацию, непосредственно связанную с интенцией говорящего (пишущего).

Лингвистический аспект формирования имиджа в сознании целевой аудитории состоит в верном подборе языковых средств для презентации имиджа. Немаловажно апеллирование к ценностям и потребностям адресата.

Речевое воздействие играет большую роль в медиатекстах.

При формировании имиджа объекта учитываются признаки манипулятивного характера, чтобы процесс убеждения адресата соответствовал определению манипулирования – ненавязчиво, искусно и целенаправленно.

К основным методам речевого воздействия относятся: эвфемизмы, специально сконструированный контекст, использование идеологем и метафор, использование стереотипов и особенностей восприятия, контрастности, повторения.

ГЛАВА 2. ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТОВ, РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ ЗНАКОВЫЕ ОБЪЕКТЫ ГОРОДА

2.1. Концепт как единица сознания и культурно значимый конструкт

Использование термина «концепт» в рамках современных исследований связано с активным развитием когнитивного направления во многих науках, в частности, психологии и языкознании. Появление специальных дисциплин, таких как когнитивная лингвистика, психолингвистика, когнитивная психология обусловлено актуальностью изучения когнитивистики и понятия концепта.

И.А. Стернин в статье «Основные черты семантико-когнитивного подхода к языку» отмечает следующие основные постулаты лингвокогнитивного подхода: «концепт – принадлежность сознания человека, глобальная единица мыслительной деятельности, квант структурированного знания. Мышление человека невербально, оно осуществляется при помощи универсального предметного кода. Люди мыслят концептами, кодируемыми единицами этого кода. Упорядоченная совокупность концептов в сознании человека образует его концептосферу. Язык – одно из средств доступа к сознанию человека, его концептосфере, к содержанию и структуре концептов как единиц мышления. Через язык можно познать и эксплицировать концептуальное содержание сознания» [Стернин, 2005: 7]. Так, концепт является культурно значимым конструктом, поскольку с его помощью реализуются социально важные единицы сознания.

В конструировании имиджа, где ключевую роль занимает манипуляция сознанием адресата, важно выделять и анализировать структуру концептов, поскольку только с помощью раскрытия их составляющих возможно создать удачный, эффективный текст для раскрытия имиджа того или иного объекта.

Понятие термина «концепт» в науке имеет несколько толкований. Это объясняется тем, что данная категория нематериальна и ее нельзя наблюдать.

«Категория концепта фигурирует сегодня в исследованиях философов, логиков, психологов, культурологов, и она несет на себе следы всех этих внелингвистических интерпретаций» [Попова, Стернин, 2007: 21].

«Краткий словарь когнитивных терминов» интерпретирует понятие концепта следующим образом: «...отвечает представлению о тех смыслах, которыми оперирует человек в процессах мышления, и которые отражают содержание опыта и знания, содержание результатов всей человеческой деятельности и процессов познания мира в виде неких «квантов» знания» [Краткий словарь когнитивных терминов, 1996: 90]. В рамках настоящего исследования важно понимание концепта как лингвокогнитивной единицы.

Еще Д.С. Лихачев объяснял концепт как средство «для обозначения обобщенной мыслительной единицы, которая отражает и интерпретирует явления действительности в зависимости от образования, личного опыта, профессионального и социального опыта носителя языка и, являясь своего рода обобщением различных значений слова в индивидуальных сознаниях носителей языка, позволяет общающимся преодолевать существующие между ними индивидуальные различия в понимании слов» [Там же].

А.П. Бабушкин в исследовании «Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка» рассматривает концепты как структуры представления знаний. Исследователь определяет концепт как «любую дискретную содержательную единицу коллективного сознания, отражающую предмет реального или идеального мира, хранимого в национальной памяти носителей языка в виде познанного субстрата... Концепт вербализуется, обозначается словом, иначе его существование невозможно» [Бабушкин, 1997: 15]. В.И. Карасик, в свою очередь, также дает несколько определений концепту: «ментальные образования, которые представляют собой хранящиеся в памяти человека значимые осознаваемые типизируемые фрагменты опыта; многомерное ментальное образование, в составе которого выделяются образно-перцептивная, понятийная и ценностная стороны;

фрагмент жизненного опыта человека; переживаемая информация» [Карасик, 2004: 128].

И.А. Стернин и З.Д. Попова дают следующее определение концепта, которое в рамках настоящей работы принимается как базисное: «дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [Стернин, Попова, 2007: 24]. Таким образом, концепт обладает определенной структурой, которая определяется когнитивной деятельностью личности и общества.

В исследовании И.А. Стернина отмечается трехбазовая структура концепта – *образ, информационное содержание и интерпретационное поле*.

Исследователь дает характеристику каждому компоненту: «образный компоненты в структуре концепта состоит из двух составляющих – перцептивного образа и когнитивного (метафорического) образа, в одинаковой мере отражающих образные характеристики концептуализируемого предмета или явления» [Стернин, 2007: 29]. Отмечается, что перцептивный образ состоит из зрительных, тактильных, вкусовых, звуковых и обонятельных образов, а когнитивный отсылает абстрактный концепт к материальному миру. «Показано на примере художественного текста, что русский концепт душа концептуализируется через метафору дом: душу можно запереть на замок, душу может выдуть сквозняк, в чужую душу можно войти» [Там же].

Информационное содержание подразумевает наличие у предмета наиболее значимых, «своих» признаков, которые будут отражать его индивидуальность: «это признаки, наиболее существенные для самого предмета или его использования, характеризующие его важнейшие

дифференциальные черты, обязательные составные части, основную функцию и под.» [Стернин, 2007: 30]. Исследователь приводит следующие примеры информационных компонентов концептов: квадрат – прямоугольник, равные стороны; Москва – город, столица России.

Образ и информационное поле – наиболее структурированные элементы концепта. Интерпретационное же поле является наименее структурированной частью концепта и может быть описана посредством перечисления признаков. И.А. Стернин указывает, что интерпретационное поле «неоднородно, в нем достаточно отчетливо вычлняются несколько зон – таких участков интерпретационного поля, которые обладают определенным внутренним содержательным единством и объединяют близкие по содержанию когнитивные признаки» [Там же]. Исследователь выделяет следующие из них:

- энциклопедическая зона (объединяет когнитивные признаки, характеризующие признаки концепта, требующие знакомства с ними на базе опыта, обучения, взаимодействия с денотатом концепта и т.д.);

- утилитарная зона (объединяет когнитивные признаки, выражающие утилитарное, прагматическое отношение людей к денотату концепта, знания, связанные с возможностью и особенностями его использования для каких-либо практических целей);

- регулятивная зона (объединяет когнитивные признаки, предписывающие, что надо, а что не надо делать в сфере, «покрываемой» концептом);

- общеоценочная зона (объединяет когнитивные признаки, выражающие общую оценку (хороший/плохой));

- социально-культурная зона (объединяет когнитивные признаки, отражающие связь концепта с бытом и культурой народа: традициями, обычаями, историей, конкретными деятелями литературы и искусства, определенными художественными произведениями, прецедентными текстами и т.д.);

– паремиологическая зона (совокупность когнитивных признаков концепта, объективируемых пословицами, поговорками и афоризмами, то есть совокупность утверждений и представлений о явлении, отражаемом концептом, в национальных паремиях) (По И.А. Стернину).

Следует также обратить внимание на разграничение понятий содержания и структуры концепта. Исследователь отмечает, что первое непосредственно связано с когнитивными признаками, которые отражают отдельные характеристики концептуализируемого предмета или явления и описываются как совокупность этих признаков. «Структура концепта включает образующие концепт базовые структурные компоненты разной когнитивной природы – чувственный образ, информационное содержание и интерпретационное поле и описывается как перечисление когнитивных признаков, принадлежащих каждому из этих структурных компонентов концепта» [Стернин, 2007: 32].

Так, из принятого за основное определение, следует, что концепт несет в себе разнородную информацию о подразумеваемом объекте. Наше исследование сосредотачивается на выявлении такой информации о выбранных трех знаковых объектах, а также на определении наиболее важных составляющих того или иного концепта. Особое внимание в данной работе уделяется описанию концептов, которые представляются в виде структур фреймового типа.

2.2. Фреймовая модель описания имиджа знакового городского объекта

Концептуальный анализ появился параллельно с терминами «концепт», «категория», «прототип», ставшими ведущими терминами когнитивной лингвистики. Теперь такая форма научного исследования является основным методом когнитивной лингвистики. «Концептуальный анализ определяется как

один из ведущих методов исследования концептов, во всем многообразии применяемых в нем приемов: концептуальное моделирование, гештальтное структурирование и фреймово-сценарное моделирование. Концептуальный анализ позволяет восстановить все знания и представления, которые имя связывает воедино... Структура и содержание различных концептов выявляются через значения языковых единиц, репрезентирующих данный концепт, их словарные толкования и контекстуальное употребление. Сопоставляя множество доступных языковых средств репрезентации концепта в системе языка и речи, мы можем выявить основное содержание концепта, а также принципы организации языкового материала... имя включает данный концепт в мыслительную деятельность, в результате чего могут быть активизированы и другие концептуальные характеристики (скрытые, вероятностные, ассоциативные), которые не передаются этим именем» [Гусева, 2011: 268].

Так, концептуальный анализ направлен на выявление содержания концептов, формализацию того, что присуще интуиции и имеется в коллективном бессознательном и выражается в языке. Исследователи отмечают, что в практике проведения концептуального анализа чаще всего используется сочетание анализа на основе словарных дефиниций и анализа контекстов. Так, понятийная составляющая реализуется посредством прямой номинации и понятийных признаков. Образная составляющая актуализируется в речи с помощью конвенциональных и образных метафор, то есть метафорической номинации. Ценностная составляющая неразрывно соединена с понятийным и образным компонентами.

«Метод фреймов и сценариев составляет один из видов лингвистического моделирования и применяется для изучения скорости человеческого восприятия и мышления. Он позволяет эксплицировать (фактически не поддающиеся наблюдению) ментальные явления, сопровождающие эти процессы. Сценарий описывает стандартную цепочку действий, которые определяют хорошо известную ситуацию, и составляет важную часть понимания дискурса (и

поведения), так как сценарии помогают опускать множество деталей при говорении и письме. Каждый дискурс референтно относится к какому–либо сценарию и, если собеседник знаком со сценарием, то говорится только новое. Основоположниками данного направления когнитивного моделирования считаются такие исследователи как М. Минский и R.P. Abelson» [Катынская, 2012: 26].

И.В. Евсеева в диссертационном исследовании «Когнитивное моделирование словообразовательной системы русского языка (на материале комплексных единиц)» отмечает, что в теории фреймов признанной считается точка зрения, что когнитивные структуры знания (фрейм, слот, мыслительный образ и др.) организуют некоторый концепт. «... Фреймы имеют более или менее конвенциональную природу и потому могут определять и описывать, что в данном обществе является «характерным» или «типичным» [Дейк Ван, 1989: 16]. Фреймовая организация лексики принципиально отличается от прочих способов группировки лексики. Основой систематизации служит ментальная модель фрагмента действительности. Группируя лексические единицы, исследователь идет от когнитивного уровня к языковому [Плешакова, 1998: 9]»» [Евсеева, 2011: 57].

Фрейм (англ. ‘рамка’) М. Минский определил как структуру языкового знания, организованного вокруг некоторого понятия, где ассоциирована информация разных видов. «... Человек, пытаясь познать новую для себя ситуацию или по–новому взглянуть на уже привычные вещи, выбирает из своей памяти некоторую структуру данных (образ), называемую нами *фреймом*, с таким расчетом, чтобы путем изменений в ней отдельных деталей сделать ее пригодной для понимания более широкого класса явлений или процессов» [Минский, 1979: 7]. В распоряжении человека, по мнению М. Минского, имеется набор фреймов для разных видов деятельности, для характеристики и оценки окружающей среды и условий своего существования. Эти фреймы и механизмы их взаимосвязи формируются и развиваются в течение жизни человека. Элементом фрейма выступают слоты (в терминологии М. Минского –

терминалы), они предназначены для конкретизации какого-либо одного аспекта фрейма посредством заполнения «характерными примерами или данными» [Там же].

Видится важным разграничить понятия концепта и фрейма в рамках настоящего исследования. Присоединимся к мнению О.А. Жариной и отметим, что «концепт – совокупность всех смыслов, схваченных одним словом; некий идеальный объект окружающего мира, имеющий имя и отражающий культурно–обусловленное представление человека о мире. Особое внимание следует обратить на то, что концепт является обусловленной культурой единицей хранения и обработки информации, он существует в рамках ценностей каждой конкретной культуры и поэтому может варьировать свое значение в контексте различных культур... Под фреймом понимается ядерный компонент и все ассоциации, связанные с ним. Данные ассоциации, в свою очередь, выстраиваются иерархически, представляя собой уровни, наполненные неограниченным количеством слотов: ядро, центральный (базовый) уровень, периферия. Ядро и центральный уровень соотносятся с характерологическим уровнем, в то время как периферия является ситуалогическим уровнем. Фреймы относятся к когнитивной базе человека, то есть универсальны для всего языкового сообщества, говорящего на определенном языке...» [Жарина, 2017: 43]. Исследователь также добавляет, что фрейм представляет собой минимальную единицу, используемую для характеристики любого объекта материального мира.

2.3. Категория оценки как ведущая составляющая изучения имиджа

Следует отметить, что реальная информация об объекте действительности составляет понятийный слой концепта. Образный же слой формируется за счёт индивидуального опыта человека, его способа познания мира действительности и его картины мира. Большую роль в формировании образного слоя

играют и ассоциативные элементы. Оценочный же слой концепта сосредотачивает отношение субъекта к тому или иному объекту действительности. Такая оценка может иметь материальное выражение, а может быть скрыта. Однако в обоих случаях оценочный компонент присутствует как в виде оценочной лексики, так и в виде средств художественной выразительности.

Ввиду медийного характера материала нашего исследования видится важным отметить такую функцию СМИ, как интерпретация актуальной информации и внедрение ее в сознание адресата. Любой медиатекст содержит оценочный компонент – эксплицитный или имплицитный. Умберто Эко отмечал, что «(за исключением прогноза погоды) объективной информации не существует и не может существовать. Даже при педантичном отделении комментария от сообщения сам по себе подбор сообщений и их размещение на странице включает в себя имплицитное суждение» [Эко, 1998: 48–50].

Г.Я. Солганик в «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» заметил, что автор публицистического текста – «человек социальный, что обуславливает социально-политический, социально–оценочный подход к явлениям действительности, т.е. широкое привлечение приемов риторики, теории аргументации, полемики, методов социального, политического анализа и т.д.» [Солганик, 2011: 314]. В связи с тем, что категория оценки – важный элемент журналистского текста, необходимо определиться с понятием оценки и её видами.

Выбирая в качестве эмпирического материала медиатексты, исследователю нельзя оставить без внимания главную функцию таких текстов – воздействующую. Формирование общественного мнения посредством новостных заметок происходит как имплицитно, так и эксплицитно. В связи с тем, что медиатексты заведомо содержат в себе оценку объекта повествования, необходимо рассмотреть категорию оценки, отметить её виды и охарактеризовать их.

Поскольку оценка в медиатексте социально обусловлена, согласимся с определением А.А. Тертычного, отмечавшего, что «оценка представляет собой отношение субъекта оценки (журналиста или любого другого человека) к

оцениваемому предмету. Это отношение возникает в результате сравнения предмета оценки с определенными критериями, в качестве которых могут выступать потребности, интересы, идеалы, нормы, образцы, стандарты и пр.».

Т.В. Романова в статье «Взаимосвязь категорий модальность – оценочность – эмоциональность в текстовой репрезентации» отмечает четырёхкомпонентную структуру оценки, в которую входит объект оценки, её субъект, основание такой оценки и оценочный компонент.

Помимо перечисленных компонентов «в модальную рамку входит ряд других составляющих, и в первую очередь фрагмент картины мира, – это система ценностей субъекта, включающая как систему ценностей социума, к которому принадлежит субъект, так и связанную с ней индивидуальную систему ценностей самого субъекта» [Романова, 2006: 72]. Исследователь говорит и о способах выражения оценки, отмечая, что преобладает грамматический (модальность) и этический (лексика).

И косвенные, скрытые оценки, которые достигаются путём использования «тех запахов, вкусов, красок, которые ассоциируются у писателя с изображаемым. То, как воспринимает писатель окружающую действительность, через какие звуки и запахи, – показатель его менталитета» [Там же]. Такие косвенные оценки используются для апеллирования к чувствам адресата, к его индивидуальному опыту.

В рамках настоящей работы видится важным разграничить виды оценок, которые встречаются в медиатекстах. Поскольку каждый знаковый городской объект предстаёт в текстах отдельными элементами (своими сферами деятельности), то и оценка в тексте относится к определённой части рассматриваемого объекта.

Н.Д. Арутюнова в работе «Типы языковых значений» предлагает исчерпывающую, на наш взгляд, классификацию оценочных значений, где выделяет два типа: общеоценочные и частнооценочные. «Первый тип реализуется прилагательными хороший и плохой... Вторая группа более обширна и разнообразна. В нее входят значения, дающие оценку одному из аспектов объекта с

определенной точки зрения. В предлагаемой классификации принят характер основания оценки, ее мотивации. Выделяемые... группы частнооценочных значений существенно различны между собой по диапазону сочетаемости, т.е. по тому, какие виды объектов они способны квалифицировать» [Арутюнова, 1988: 75]. Так, в настоящем исследовании за основу взяты частнооценочные языковые значения.

Н.Д. Арутюнова предлагает выделять следующие категории частнооценочных значений:

1. сенсорно-вкусовые, или гедонистические, оценки (приятный – неприятный, вкусный – невкусный, привлекательный – непривлекательный и т.д.);
2. психологические оценки, в которых сделан шаг в сторону рационализации, осмысления мотивов оценки: интеллектуальные (интересный, увлекательный, захватывающий, глубокий, умный – неинтересный, банальный, поверхностный, глупый), эмоциональные (радостный, печальный, веселый, грустный, приятный, неприятный);
3. эстетические оценки, вытекающие из синтеза сенсорно-вкусовых и психологических (красивый – некрасивый, прекрасный – безобразный);
4. этические оценки (моральный – аморальный, нравственный – безнравственный, добрый – злой и т.д.);
5. утилитарные оценки, отражающие прямую и общественную пользу (полезный – вредный, благоприятный – неблагоприятный);
6. нормативные оценки – оценки, отражающие нормативность какого-либо действия (корректный – некорректный, нормальный – аномальный, стандартный – нестандартный, здоровый – больной);
7. телеологические оценки (эффективный – неэффективный, целесообразный – нецелесообразный, удачный – неудачный) (по Н.Д. Арутюновой).

Все перечисленные виды оценочных значений образуют три группы: сенсорные (связаны с ощущением, чувственным опытом – физическим и психическим), сублимированные (включает этические и эстетические оценки и

подразумевает «гуманизацию» сенсорных оценок) и рационалистические (связаны с практической деятельностью, практическими интересами и повседневным опытом человека).

Таким образом, частнооценочные типы языковых значений представляют наибольший интерес в рамках настоящего исследования, поскольку для анализа лингвистической составляющей концептов необходимо чётко разграничивать, на что направлена оценка, на какую сферу деятельности того или иного знакового городского объекта, и с какой целью она используется.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Во второй главе рассмотрено понятие концепта, фреймовой модели и категории оценки. В результате анализа научной литературы сформулированы следующие выводы:

1. Образ и информационное поле – наиболее структурированные элементы концепта. Интерпретационное же поле является наименее структурированной частью концепта.

2. Концептуальный анализ направлен на выявление содержания концептов, формализацию того, что присуще интуиции, имеется в коллективном бессознательном и выражается в языке.

3. Концепт обладает тремя ведущими компонентами: понятийный слой, образный и оценочный. Такая структура концепта позволяет объективно описать модель знакового городского объекта, представленную в медиатекстах.

4. Метод фреймов и сценариев предстает как один из видов лингвистического моделирования и применяется для изучения скорости человеческого восприятия и мышления.

5. Когнитивные структуры знания (фрейм, слот, мыслительный образ и др.) организуют некоторый концепт.

6. Любой медиатекст содержит оценочный компонент – эксплицитный или имплицитный.

ГЛАВА 3. ФРЕЙМОВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНЦЕПТОВ ЗНАКОВЫХ ОБЪЕКТОВ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА

3.1. Фреймовое описание концепта *Национальный парк «Столбы»*

В задачи настоящего исследования входило выявление знаковых объектов города Красноярска, поскольку именно они определили выбор эмпирического материала. С этой целью было проведено онлайн-анкетирование (<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdEJrqFitabi-Quivp7sFGdx6UBDZt2iMMYw53g2F4wSEL3GQ/viewform?vc=0&c=0&w=1>), в ходе которого учитывалось мнение и красноярцев, и жителей других городов (Братск, Иркутск, Кемерово, Москва, Санкт-Петербург). Респондентам нужно было ответить на вопрос, с каким объектом города человек ассоциирует Красноярск. В опросе приняли участие 111 человек, 59,5% из которых являются жителями Красноярска, остальные (40,5%) – представители иных городов. Было выявлено, что Красноярск, среди прочего, ассоциируется с заповедником «Столбы» у 19,82 % (22 из 111) респондентов и считается знаковым городским природным объектом 66,67% (74 из 111) респондентов. Такие показатели обусловили выбор объекта анализа – существующий образ национального парка «Столбы».

Столбы являются одной из главных достопримечательностей города, о чем говорят красивейшие фотографии и восторженные отзывы туристов в социальных сетях. Администрация национального парка при поддержке городской власти работает над благоустройством территории заповедника, создавая зоны комфортного бесплатного отдыха на природе, что еще больше привлекает внимание посетителей к объекту. Все это оказывает влияние на формирование имиджа Столбов. При этом, если в региональной картине мира образ национального парка «Столбы» занимает ведущие позиции, то об общероссийской и мировой картинах мира этого сказать нельзя. В этой связи помимо

изучения опыта по развитию имиджа всемирно известных региональных объектов и его применения для продвижения менее известных объектов, необходим анализ языковых механизмов, обладающих наибольшей воздействующей силой на сознание в процессе совершенствования имиджа регионального объекта.

Материалом исследования имиджа национального парка Столбы послужили толковые словари современного русского языка и публичные тексты о заповеднике. Всего к исследованию было привлечено 30 текстов с официальных сайтов региональных СМИ города Красноярск (Вести Красноярск, NGS24, Прима, ТВК Красноярск), с федеральных новостных каналов (Россия1, Первый канал, НТВ, РЭН ТВ, РИА новости, Россия 24: ФЕДЕРАЛЬНЫЕ НОВОСТИ), с туристических сайтов (Сим Сим, Tripster, Туроператор по Сибири. Саянское кольцо, Туристер) и, непосредственно – с официального сайта национального парка.

В качестве ведущих были определены следующие задачи данной части работы: в ходе лингвистического анализа рассматриваемых текстов определить составляющие концепта «Столбы», построить модель фреймового типа, выявив отсутствующие характеристики параметров этой модели в публицистических текстах; установить, какие типы оценочных значений преобладают в текстах о Столбах и какие тропы чаще используются в создании положительного образа изучаемого объекта.

А.В. Чепкасов отмечал, что «цель регионального позиционирования – выделить ключевые характеристики территории, выявить, а в некоторых случаях – и создать, четкие ориентиры, указывающие на ее своеобразие. Позиционировать регион, сделать его узнаваемым можно только путем продвижения его локальных эксклюзивных свойств» [Чепкасов, 2018: 36]. Для выявления таких свойств концепта «Столбы» видится необходимым определить содержание концепта «национальный парк» (по официальному статусу Столбов).

И.А. Стернин отмечал, что «можно не ограничиться прямыми номинациями и выявить все доступное исследователю номинативное поле концепта,

включая номинации разновидностей денотата концепта (гипонимов), и наименование различных отдельных признаков концепта, обнаруживающихся в разных ситуациях его обсуждения» [Стернин, 2001: 125]. Исследователь также обращает внимание на то, что «наиболее часто номинируемые гипонимы оказываются наиболее типичными представителями концепта в коммуникации, наиболее часто номинируемые признаки – наиболее яркими признаками концепта, обсуждаемыми в коммуникации» [Там же]. Так, нами было рассмотрено несколько словарных статей для выявления номинативного поля концепта «национальный парк» (по официально принятому статусу Столбов), и в результате анализа словарных статей были выявлены следующие компоненты концепта «национальный парк»:

1. природная территория с мало нарушенными ландшафтами;
2. охраняемая территория;
3. большая площадь;
4. содержит природные комплексы;
5. проводятся работы по восстановлению ландшафтов;
6. проводятся работы по сохранению редких видов и исчезающих видов растений и животных;
7. открыт для регулируемого посещения;
8. предназначен для научно–исследовательских и культурно–просветительских целей;
9. заповедник.

Можно сделать вывод о том, что к разновидностям денотата концепта «Национальный парк» относятся существительные *территория, площадь, заповедник*. В качестве наименования отдельных признаков концепта выделяем такие, как: *природная, с мало нарушенными ландшафтами, охраняемая, содержит природные комплексы, открыт для регулируемого посещения, предназначен для научно-исследовательских и культурно-просветительских целей*.

Теперь представим концепт «Столбы» с опорой на медийные тексты и выявим наиболее выраженные в данных текстах компоненты.

В результате анализа тридцати выбранных медиатекстов, посвященных национальному парку «Столбы», было выявлено шестнадцать объектов, подвергающихся языковой интерпретации (оценке): растения, день рождения заповедника, статус Столбов, бесплатный вход, фауна, свежий воздух и лес, благоустройство, туристические тропы, опасность, посещаемость, доступность людям разных возможностей, отдых, номинации скал, мероприятия, охрана, достопримечательность). Так, описанию растений посвящено 2 из 30 проанализированных текстов, дню рождения заповедника – 3 текста из 30, статусу Столбов (национальный парк или заповедник) – также 3 из 30 текстов. Отмечено наличие бесплатного входа в 3 текстах из 30, о разнообразии животного мира говорится в 4 текстах из 30. Наряду с фауной Столбов отмечается качество воздуха («свежий», «горный») в 4 текстах из 30, говорится о благоустройстве заповедника также в 4 текстах из 30, о туристических тропах (в 4 текстах из 30) и о возможных опасностях (4 текста из 30). Значительно больше внимания в медиатекстах уделяется большой посещаемости (6 текстов из 30), доступности заповедника пенсионерам и людям с ограниченными возможностями (7 текстов из 30), активному отдыху (10 текстов из 30), названию скал (11 текстов из 30). Наиболее частотными темами рассмотренных текстов явились мероприятия заповедника (12 текстов из 30), охрана территории Столбов (13 текстов из 30) и «Столбы – достопримечательность» (также 13 текстов из 30).

Если сравнить содержание концепта «национальный парк» и концепта «Столбы», нетрудно заметить, что в содержание последнего полностью включено содержание первого как родового понятия. Помимо этого, концепт «Столбы» содержит индивидуальные компоненты и имеет более широкое номинативное поле, включая следующие элементы: достопримечательность, опасность, активный образ жизни, бесплатный вход, доступность людям с ограниченными возможностями и пенсионерам. В совокупности эти элементы формируют концепт «Национальный парк “Столбы”».

Фреймовая модель концепта «Национальный парк «Столбы»» предусматривает три характеризующих параметра: понятийный, прагматический и оценочный, поскольку структура концепта предполагает понятийный, образный и оценочный параметры. Представим эту модель в таблице 1. В ячейки таблицы помещены смысловые компоненты, выявленные из проанализированных текстов и словарных дефиниций. В графе «оценочный параметр» приведены фрагменты контекстов, содержащих оценку.

Таблица 1. Фрейм концепта «Национальный парк «Столбы»»

Имя слота	Характеристика слота	Параметр			
		понятийный	прагматический	оценочный	
Территория	природный комплекс	достопримечательность	сохранение редких и исчезающих видов растений и животных	Столбы – визитная карточка Красноярска! Столбы – жемчужина сибирской природы	
		воздух	на Столбы идут подышать чистым воздухом	Ежегодно за чистым воздухом на Столбы отправляются свыше полумиллиона человек.	
		лес		Столбы – легкие Сибири.	
	площадь	большая			
	ландшафт	мало нарушенный	ведутся работы по восстановлению		
	открытая	активная посещаемость	регулируемое посещение		В заповеднике напоминают, что с 1 мая посещение буферной зоны ограничено.
			бесплатный вход		
			доступность пенсионерам и людям с ограниченными возможностями		Каждые выходные сотни красноярцев отправляются гулять в заповедник «Столбы».
	охраняемая	находится под охраной государства и ЮНЕСКО			

Имя слота	Характеристика слота	Параметр		
		понятийный	прагматический	оценочный
Предназначение	заповедник	специальные цели	научные исследования	Столбы нужно посетить каждому!
			организация и проведение культурно–просветительских мероприятий	
	отдых	активный	спортивный туризм, в том числе скалолазание	Во второй половине XIX века здесь зародилось уникальное движение “столбизм”. “Столбисты” – люди, увлеченные скалолазанием.
Инфраструктура	благоустройство			Огромную работу за эти два месяца проделали государственные инспекторы национального парка.
Вандализм	не все граждане не ценят то, что для них делается	сломаны беседки		
Опасность	удаленность от транспортной магистрали	в случае ЧП помощь будет получена не сразу		Как сделать «Столбы» безопасными?
	дикие звери	медведи выходят к туристическим тропам	нужно быть осторожным	На «Столбах» проснулись медведи. Будьте осторожнее!
	дикий лес	можно заблудиться		Почти каждые выходные оттуда поступают тревожные сводки. Спасатели на носилках выносят тех, кто подвернул ноги, снимают со скал тех, кто не может спуститься, ищут заблудившихся.
	крутые скалы			Кровь и камни: самые громкие трагедии Столбов
	сухостойные деревья в лесу			Упавшие сухостойные деревья регулярно наносят ущерб нацпарку в виде сломанных объектов инфраструктуры

Имя слота	Характеристика слота	Параметр		
		понятийный	прагматический	оценочный
Ономастикон	многие объекты заповедника (скалы, ручьи, тропы и др.) имеют имена собственные			Перья – одна из самых любимых красноярцами скал.

Фреймовое моделирование позволяет выделить лакуны, имеющиеся в текстах о каком-либо объекте. Незаполненные ячейки таблицы говорят о том, что в проанализированных текстах и словарных дефинициях нами не было обнаружено отображения того или иного параметра. Понятийный параметр концепта раскрыт предельно полно, в то время как прагматический параметр раскрывает далеко не все слоты. Например, слот «опасность», названный респондентами как важный, практически не содержит в текстах прагматически значимых характеристик. Подчеркнем, что именно прагматический параметр, наряду с оценочным, имеет ведущее значение для формирования имиджа какого-либо объекта, т.к. эти параметры демонстрируют закрепление в языке при помощи конкретных знаков того, что важно для человека, и воздействие этих знаков на людей. Оценочный параметр концепта «Национальный парк “Столбы”» раскрыт достаточно полно, с учётом того, что дополняет все имеющиеся слоты в прагматическом параметре.

Отдельно остановимся на характеристике оценочных компонентов, зафиксированных в текстах о Столбах.

Поскольку в настоящей работе рассматриваются оценки отдельных элементов концепта «Столбы», нас интересует классификация частнооценочных значений, включающая три группы разных категорий: сенсорные оценки (сенсорно-вкусовые, психологические), сублимированные (эстетические и этические) и рационалистические (утилитарные, нормативные, телеологические).

В результате анализа текстов было выявлено, что Столбы в наибольшей степени представлены посредством сенсорных и рационалистических оценок.

Так, наиболее частотные оценочные значения относятся к психологической категории (в 24 текстах из 30) и как правило сочетаются с этической (в 8 текстах из 30), нормативной (в 8 текстах из 30), сенсорно-вкусовой (в 4 текстах из 30), теологической (в 3 текстах из 30) и эстетической (в 2 текстах из 30). Например: *«Государственный заповедник «Столбы» – это визитная карточка Красноярска. Ежегодно его посещает более миллиона туристов. В 2019 году был преобразован в национальный парк «Красноярские Столбы» (Туристер).* В представленном тексте оценка психологическая сочетается с нормативной (теперь Столбы – национальный парк, это его корректный статус). В тексте о проведении канатной дороги (см. приложение 1) представлена психологическая эмоциональная оценка (происходят желанные усовершенствования), утилитарная (такие изменения благоприятны для Столбов и его посетителей) и этическая (совершаются добрые дела – заповедник не заброшен, его совершенствуют) оценки.

Количество психологической категории во всем рассмотренном материале составляет 80% от всех выраженных оценочных значений. В наименьшей степени представлены этическая и нормативная категории. Они выражены в количестве 26,7% от всего количества выделенных оценочных значений. Наименее распространенными оказались сенсорно-вкусовые категории (13,3%), теологические (10%) и эстетические категории (6,7%).

Оценочность в медиатекстах реализуется посредством тропов, которые в рассматриваемых текстах составляют 41 языковую единицу. Самые частотные тропы в рассмотренных медиатекстах – метафора, риторическое восклицание и эпитет. Метафора встречается 11 раз и таким образом составляет 26,8% от всего количества тропов. В текстах, как правило, мы встречаем следующие выражения: *Столбы – чудо, Столбы – визитная карточка города, жемчужина сибирской природы, душа и легкие Сибири, заповедное ядро.* Риторическое восклицание встречается 8 раз и составляет 19,5% от всех тропов. Медиатексты содержат такие восклицания как *«Приехать в Красноярск и не сходить на Столбы – значит не получить полного впечатления о столице*

края!», «90 лет назад был основан знаменитый заповедник «Красноярские Столбы!»», «Давайте оставим Столбы чистыми!» и т.д. Эпитет же дополняет общую картину текста и встречается всего 5 раз: его реализация составляет 12,2% (*безграничные возможности, причудливые скалы, дорогие посетители, трогательные слова благодарности*).

Наименее распространенными явились такие тропы, как повтор, риторический вопрос, гипербола, персонификация и антитеза. Каждый из названных средств художественной выразительности встретился по 3 раза, что составляет всего 7,3% от общего числа тропов. Самым редким по частоте использования тропом оказалась метонимия (4,8%). Например: *«Начал работу пункт оказания экстренной медицинской помощи»* или *«Даже если бы заповедник по злumu какому-то умыслу захотел бы уже ввести эту плату, пользуясь статусом нацпарка, все равно бы этого не смог сделать. Но такого желания у заповедника точно нет»*.

Все выявленные средства художественной выразительности были использованы авторами текстов не только с целью передачи информации, но и с целью ее интерпретации. Важно отметить, что среди 30 рассмотренных текстов только ни в одном не встретилось отрицательной оценки знакового городского объекта. Однако следует уточнить, что есть тексты с отрицательной информацией. Так, например, во многих текстах (см. Приложение А) происходит информирование населения о возможных опасностях и о том, что ответственность за себя посетители несут сами.

Видим, что для формирования положительного имиджа национального парка «Столбы» информация о нем дается детально. Каждый элемент содержания концепта «Столбы» получает интерпретацию в положительном ключе преимущественно посредством таких тропов, как метафора, риторическое восклицание и эпитет. Для того, чтобы поддерживать и развивать имидж знакового городского объекта, видится необходимым увеличить количество медиатекстов о редких и исчезающих видах растений и животных в национальном парке Столбы. Такая информация, представленная с помощью перечисленных

средств художественной выразительности, позволит не только поддержать имидж национального парка Столбы, но и повысить посещаемость заповедника, обуславливая его значимость наличием редких и ценных природных ресурсов.

3.2. Фреймовое описание концепта *Сибирский федеральный университет*

В рамках определения знаковых объектов города Красноярска было выявлено, что Сибирский федеральный университет считается знаковым научным объектом города по мнению большинства опрошенных (83,8% (93 из 111) респондентов), что обусловило выбор объекта анализа – существующий образ Сибирского федерального университета.

Сибирский федеральный университет – крупнейшая образовательная организация, которая преуспевает в различных сферах университетской деятельности: и в финансовом обеспечении студентов/сотрудников (стипендии, гранты), и в помощи по трудоустройству; в предоставлении комфортных условий проживания, и в научной деятельности организации, и в сотрудничестве с другими крупными университетами. СФУ заслуженно считается знаковым научным объектом города.

Материалом исследования имиджа Сибирского федерального университета послужили толковые словари современного русского языка и публичные тексты об университете. Всего к исследованию было привлечено 30 текстов с различных источников: с официальных сайтов региональных СМИ города Красноярска – Вести Красноярск, Прима, ТВК Красноярск (10 текстов), с федеральных новостных каналов – Россия1, Первый канал, НТВ, Россия 24: Федеральные новости (10 текстов), с официального канала СФУ в Telegram (5 текстов) и, непосредственно – с официального сайта университета (5 текстов).

В качестве ведущих были определены следующие задачи данной части работы: в ходе лингвистического анализа рассматриваемых текстов определить составляющие концепта «СФУ», построить модель фреймового типа, выявив отсутствующие характеристики параметров этой модели в публицистических текстах; установить, какие типы оценочных значений преобладают в текстах о СФУ и какие тропы чаще используются в создании положительного образа изучаемого объекта.

С целью выявления компонентов номинативного поля концепта «университет» (по ключевому наименованию организации) нами было рассмотрено несколько словарных статей:

- высшее образовательное заведение по всем отраслям наук (словарь иностранных слов русского языка);
- (от лат. *universitas* – совокупность) – высшее учебное–научное заведение, в котором ведется подготовка специалистов по фундаментальным и многим прикладным наукам, различным отраслям народного хозяйства и культуры. Университет, как правило, осуществляет научную работу (большой энциклопедический словарь);
- высшее учебное заведение, объединяющее в своем составе несколько факультетов, на которых представлена совокупность различных дисциплин, составляющих основы научного знания (энциклопедия культурологии);
- (лат. *universitas* – совокупность) – высшее учебное заведение, которое: реализует образовательные программы высшего и послевузовского профессионального образования по широкому спектру направлений подготовки (специальностей); осуществляет подготовку, переподготовку и (или) повышение квалификации работников высшей квалификации, научных и научно–педагогических работников; выполняет фундаментальные и прикладные научные исследования по широкому спектру наук; является ведущим научным и методическим центром в областях своей деятельности (юридическая энциклопедия);

- высшее учебное заведение и одновременно научное учреждение с различными естественно-математическими и гуманитарными отделениями (факультетами) (Толковый словарь Ожегова);

- (от латинского *universitas* – совокупность, общность), высшее учебное заведение, в котором ведется подготовка специалистов по фундаментальным и многим прикладным наукам. Как правило, осуществляет и научно-исследовательскую работу. Многие современные университеты действуют как учебно-научно-практические комплексы (Современная энциклопедия).

В результате анализа словарных статей были выявлены следующие компоненты концепта «университет»:

1. высшее учебно-научное (образовательное) заведение;
2. научное учреждение;
3. учебно-научный комплекс;
4. ведущий научный и методический центр в областях своей деятельности;
5. предназначен для подготовки специалистов по фундаментальным и многим прикладным наукам, различным отраслям народного хозяйства и культуры;
6. реализует образовательные программы высшего и послевузовского профессионального образования по широкому спектру направлений подготовки (специальностей); осуществляет подготовку, переподготовку и (или) повышение квалификации работников высшей квалификации, научных и научно–педагогических работников; выполняет фундаментальные и прикладные научные исследования по широкому спектру наук;
7. осуществляет научную работу.

Так, к разновидностям денотата концепта «СФУ» относятся существительные *заведение, учреждение, комплекс, центр*.

Отдельные признаки концепта обозначаются следующими определениями: высшее, учебно-научное, образовательное, научное, методический, пред-

назначен для подготовки специалистов по фундаментальным и многим прикладным наукам, различным отраслям народного хозяйства и культуры, предназначен для реализации образовательных программ высшего и послевузовского профессионального образования по широкому спектру направлений подготовки (специальностей), осуществления подготовки, переподготовки и (или) повышения квалификации работников высшей квалификации, научных и научно–педагогических работников; выполнения фундаментальных и прикладных научных исследований по широкому спектру наук.

Теперь представим концепт «Сибирский федеральный университет» с опорой на медийные тексты и выявим наиболее выраженные в данных текстах компоненты.

В результате анализа 30 медиатекстов, посвященных Сибирскому федеральному университету, были выявлены следующие темы, подвергающихся языковой интерпретации (оценке):

1. высокая стипендия студентам;
2. гранты;
3. личностный и карьерный рост;
4. гранты;
5. у СФУ есть своя медиаплощадка (коллаборация с региональными СМИ);
6. льготные программы для сотрудников СФУ;
7. студенческий профилакторий;
8. скидки на санаторно-курортные услуги для сотрудников;
9. СФУ имеет свой Telegram канал;
10. СФУ запускает свой медиа проект, где молодые ученые пишут о своем пути в науку;
11. кафедра Поля Бокюза в Институте гастрономии СФУ – единственную в России высшую школу шеф-поваров;
12. СФУ в топе-20 лучших российских университетов в рамках подготовки управленцев;

13. студенты СФУ ИФКСиТ – победители Всероссийского уровня;
14. в СФУ есть своя редакция – выпускаются 2 газеты;
15. издательство СФУ занимает почетные места в конкурсах;
16. студенты создают виртуальные туры в рамках курсовых проектов;
17. работы выпускников размещаются в свободном доступе на сайте;
18. СФУ защищает авторское право своих выпускников;
19. исследователи СФУ занимаются восстановлением экосистемы Арктики в местах разлива топлива;
20. студентами создаются виртуальные туры по музеям города;
21. СФУ предоставляет жилье сотрудникам;
22. в СФУ при институте гастрономии открылся ресторан;
23. первокурсники могут получать высокие стипендии;
24. СФУ организовал онлайн-поступление;
25. ученые СФУ выступают на региональном телевидении;
26. СФУ проводят исследования бионорда;
27. ученые комментируют экологическую ситуацию города в региональных СМИ;
28. исследователи СФУ принимают участие в археологических раскопках;
29. на территории кампуса СФУ организовали деревню Универсиады 2019;
30. СФУ предоставляет возможность двух специальностей – военную и гражданскую;
31. СФУ открыл музей науки;
32. строятся новые общежития;
33. на встречу со студентами приезжает премьер-министр (Д. Медведев);
34. СФУ за здоровый образ жизни – в день борьбы с курением проводит соответствующие меры;
35. СФУ проводит познавательные мероприятия школам;

36. на встречу со студентами приезжает президент (В. Путин);

37. профессор СФУ занимается изучением мутации коронавируса.

Обратившись к рассматриваемым медиатекстам и выявив их темы, мы можем выделить следующие 5 сфер деятельности университета, которые находят отражение в концепте «университет», освещаются в СМИ и подвергаются языковой оценке:

1. *научная деятельность* (в 5 текстах из 30);

2. *общественная деятельность (или просветительская)* (в 11 текстах из 30);

3. *деятельность, направленная на поддержку рейтинга университета и его престижа* (8 текстов из 30);

4. *финансовая поддержка студентов и сотрудников* (6 текстов из 30);

5. *деятельность, направленная на абитуриентов и студентов* (9 текстов из 30).

Видим, что общественная (или просветительская) деятельность наиболее часто отображается в медиатекстах, в то время как научная сфера, которая является доминантной в сфере деятельности вуза, раскрыта наименее полно.

Фреймовая модель концепта «Сибирский федеральный университет» представлена тремя характеризующими параметрами: понятийным, прагматическим и оценочным. Представим эту модель в таблице 2 и отметим, что в её ячейки помещены смысловые компоненты, выявленные из проанализированных текстов и словарных дефиниций. В графе «оценочный параметр» приведены фрагменты контекстов, содержащих оценку.

Таблица 2. Фрейм концепта «Сибирский федеральный университет»

Имя слота	Характеристика слота	Параметр		
		понятийный	прагматический	Оценочный
Организация	учебный комплекс	образовательная организация	предназначен для подготовки специалистов по фундаментальным и многим прикладным наукам, различным отраслям народного хозяйства и культуры	Начиная с 2015 года студенты смогут получить офицерское или сержантское звание без отрыва от учёбы.
		комфортные условия проживания	обеспечивает комфортные условия проживания: новые общежития и доступные по цене	Правительство России выделяет более 1,5 миллиардов рублей на строительство общежития СФУ в Красноярске.
		высокие стипендии	возможность получать более высокие стипендии	СФУ объявил стипендии для первокурсников в 2020 году: можно получать до 24 тысяч.
	научный комплекс	научная деятельность	выполняет фундаментальные и прикладные научные исследования по широкому спектру наук	Образцы усовершенствованного «Бионорда» были отправлены в СФУ для исследования
	Сибирский	расположен в Сибирском федеральном округе	–	Это крупнейшее на востоке нашей страны учебное заведение.
	федеральный	крупный, масштабный	–	мы вошли в топ–20 лучших российских университетов, реализующих образовательные программы...

Имя слота	Характеристика слота	Параметр		
		понятийный	прагматический	Оценочный
Предназначение	образовательный процесс	зачисление студентов, их обучение и выпуск	в СФУ гибкие правила поступления: есть подача документов онлайн	Этим летом вся приемная кампания в вузах города проходит удаленно.
	научные открытия, разработки	гранты	ученые СФУ выигрывают грантовые конкурсы	Два проекта СФУ стали победителями конкурса 2021 года на право получения грантов Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых – кандидатов наук.
Безопасность	авторское право	–	–	–
	периметр безопасности вуза	–	–	–
Лица университета		–	фамилии сотрудников и студентов звучат в рамках отчетов о мероприятиях или конференциях	В эфире вечернего канала «Прима» Валерий Заворуев, профессор кафедры экологии и природопользования СФУ, прочитал экспресс-лекцию о частицах PM2.5.

Незаполненные ячейки таблицы говорят о том, что в проанализированных текстах и словарных дефинициях нами не было обнаружено отображения того или иного параметра. Так, прагматический параметр раскрывает далеко не все слоты. Например, слот «безопасность» практически не содержит в текстах прагматически значимых характеристик. Подчеркнем, что именно прагматический параметр, наряду с оценочным, имеет ведущее значение для

формирования имиджа какого-либо объекта, так как эти параметры демонстрируют закрепление в языке при помощи конкретных знаков того, что важно для человека, и воздействие этих знаков на людей.

Отдельно остановимся на характеристике оценочных компонентов, зафиксированных в текстах о Сибирском федеральном университете.

Поскольку в настоящей работе рассматриваются оценки отдельных элементов концепта «сибирский федеральный университет», нас интересует классификация частнооценочных значений, включающая три группы разных категорий: сенсорные оценки (сенсорно-вкусовые, психологические), сублимированные (эстетические и этические) и рационалистические (утилитарные, нормативные, телеологические).

В результате анализа текстов было выявлено, что СФУ как объект в наибольшей степени представлен посредством рационалистических оценок.

Наиболее частотные оценочные значения относятся к группе рациональных телеологических оценочных значений (17 текстов из 30). Так, например, в новости о возможном удаленном поступлении в вуз можно пронаблюдать, как такого рода оценка положительно влияет на поддержание имиджа объекта: *«В СФУ назвали самую популярную специальность этого года. Этим летом вся приемная кампания в вузах города проходит удаленно»*. Кроме того, что абитуриенты оценят возможность подачи документов удалённо, потенциальный читатель может сделать вывод о постоянно ведущейся статистике в вузе, благодаря которой его представители могут назвать самую популярную специальность года.

На втором месте оказались тексты с сублимированной утилитарной оценкой (8 текстов из 30). Наименьшую частотность показали оценочные значения сенсорные психологические (3 текста из 30), сублимированные этические (1 текст из 30) и рациональные нормативные (1 текст из 30).

Можно сделать вывод о том, что в СМИ преобладают тексты о СФУ, отражающие физическую или психологическую пользу адресатам, направленность на достижение какой-либо цели и выполнение некоторых функций, непосредственно связанных с деятельностью сотрудников университета.

В рассмотренных текстах преобладающим средством художественной выразительности явилась метонимия. Из 63 доминирующих средств метонимия встретилась 20 раз. Приведем несколько примеров: *стипендия Президента, СФУ издает 2 газеты, профилакторий оказывает медицинские услуги и приглашает, экспедиция отправится, грант Президента, два проекта стали победителями конкурса на грант, проекты получили поддержку, ИФиЯК выиграл грант, проект стал победителем, работы уже начались, университет разрабатывает образовательную программу, застройщиком был сам университет, СФУ объявил об онлайн-поступлении, страна собралась (в значении собрала деньги), шансы города на победу, вуз намерен обратиться в полицию.* Интересно, что в текстах отражена роль университета в организации той или иной деятельности: практически нет упоминания отдельных его представителей, чем подчеркивается имидж образовательной организации.

Метафора оказалась менее частотной по использованию авторами текстов, однако занимает второе место среди выявленных средств художественной выразительности (8 единиц из 63 выявленных). Приведем примеры: *абитуриент с горящим взором, лекция – шоу иллюзионистов, богатство и наследие региона, многие экспонаты покажутся волшебством, под прицелом видеокамер, с чистого листа, ядерный щит страны, техническое перевооружение.* Отметим, что приведенные примеры не только добавляют выразительности медиатексту, но и имплицитно создают оценочность объекту повествования.

В равной степени с метафорой используется гипербола (8/63). Данный троп встречаем в следующем виде: *рассказывает с придыханием, на таких уроках рождаются будущие великие ученые, завоевали, огромная терраса,*

мощнейшая система, мощнейший щит, самый важный выпуск, история космической крутизны. Заметим, что гипербола наиболее частотна в текстах с выявленным психологическим (интеллектуальным и эмоциональным) частно-оценочным значением.

На одну единицу отличается частотность использования эпитета от метафоры: их количество составляет 7 единиц из 63 выявленных. В рассмотренных текстах встретились следующие эпитеты: *навязчивый, тайный, могуч, силен, подавленный, восторженные, эффектное.* Следует отметить, что приведенные эпитеты в контекстах носят положительное значение, за счет чего создается соответствующее оценочное значение.

В равном количестве встретились риторическое восклицание и персонификация и составили соответственно 4 единицы из 63 выявленных. Наименее частотными явились повтор (3\63), парцелляция (3/63), риторический вопрос (2/63). По одному примеру встретились следующие средства художественной выразительности: умолчание, оксюморон, перифраза, сравнение.

Все выявленные средства художественной выразительности были использованы авторами текстов не только с целью передачи информации, но и с целью ее интерпретации. Важно отметить, что среди 30 рассмотренных текстов только ни в одном не встретилось отрицательной оценки Сибирского федерального университета. Однако следует уточнить, что есть тексты с отрицательной информацией. Так, например, в нашумевшем тексте о том, что выпускные работы студентов СФУ продаются на сторонних сайтах, несмотря на наличие отрицательной информации, вуз выступает нейтральным элементом, руководство которого намерено решить обозначенный вопрос.

Было выявлено, что для формирования положительного имиджа Сибирского федерального университета информация о нём дается детально. Каждый элемент содержания концепта «Сибирский федеральный университет» получает интерпретацию в положительном ключе преимущественно посредством таких тропов, как метонимия, гипербола и эпитет. Для того, чтобы поддерживать и развивать имидж знакового городского объекта, видится необходимым

увеличить количество медиатекстов об отдельных лицах университета, а также о безопасности сотрудников и студентов вуза: научная (защита авторского права) и общественная (металлоискатели, периметр безопасности). Такая информация позволит привлечь внимание большего количества абитуриентов, повысить интерес научных деятелей к вузу, что повысит коллаборацию университетов и других образовательных организаций с Сибирским федеральным университетом, благотворно влияя на его имидж.

3.3. Фреймовое описание концепта *Красноярский государственный театр оперы и балета*

В рамках выявления знаковых объектов города Красноярска было выявлено, что Красноярский государственный театр оперы и балета считается знаковым культурным объектом города по мнению большинства опрошенных (66,7% (74 из 111) респондентов), что обусловило выбор объекта анализа – существующий образ театра оперы и балета. Можно отметить, что конкурентом в культурной сфере города театра оперы и балета по результатам опроса стал Театр Пушкина, за который проголосовало 11,7% опрошенных (13 человек).

Театр оперы и балета города Красноярска функционирует с 1978 года. Он является знаковым культурным объектом благодаря крупным постановкам, известным лицам, что принимают (или принимали) участие в жизни театра (например, Дм. Хворостовский), а также своим красивым архитектурным видом. Театр заслуженно является достопримечательностью города и пополняет список мест, необходимых для посещения гостями Красноярска.

Материалом исследования имиджа театра оперы и балета послужили толковые словари современного русского языка и публичные тексты о театре. Всего к исследованию было привлечено 28 текстов с различных источников: с официальных сайтов региональных СМИ города Красноярска – Городские

новости, Культура24 (10 текстов), с федеральных новостных каналов – Первый канал, НТВ (8 текстов), с официального сайта театра (5 текстов) и с туристического сайта Туристер (5 текстов).

Важно отметить, что количество текстов для анализа имиджа театра отличается на две единицы от количества текстов о ранее рассмотренных объектах (28 вместо 30 текстовых единиц). Ввиду того, что в области федеральных СМИ заметна нехватка текстов о рассматриваемом объекте, было решено взять тексты и за 2011 – 2014 гг.

В качестве ведущих были определены следующие задачи данной части работы: в ходе лингвистического анализа рассматриваемых текстов определить составляющие концепта «СФУ», построить модель фреймового типа, выявив отсутствующие характеристики параметров этой модели в публицистических текстах; установить, какие типы оценочных значений преобладают в текстах о СФУ и какие тропы чаще используются в создании положительного образа изучаемого объекта.

При выявлении компонентов номинативного поля концепта «театр» (по ключевому наименованию объекта) нами было рассмотрено несколько словарных статей, которые включали следующие определения лексемы «театр»:

- организация, которая занимается устройством представлений, постановкой спектаклей;
- здание, в котором происходят представления;
- зрелищное предприятие, помещение, где представляются на сцене такие произведения;
- искусство представления драматических произведений на сцене, само такое произведение;
- здание, предназначенное для представления драматических произведений перед публикой;
- помещение, здание со сценой и зрительным залом, в котором устраиваются представления;

- учреждение, организация, осуществляющая сценические представления и имеющая все необходимое для этого;
- тип архитектурной постройки, предназначенной для театральных представлений.

В результате анализа словарных статей были выявлены следующие компоненты концепта «театр»:

1. организация;
2. здание;
3. зрелищное предприятие;
4. помещение;
5. произведение искусства (представление);
6. здание со сценой и зрительным залом;
7. учреждение;
8. тип архитектурной постройки;
9. занимается устройством представлений, постановкой спектаклей;
10. зрелищное;
11. представляет на сцене постановки;
12. предназначено для представления драматических произведений перед публикой;
13. со сценой и зрительным залом, в котором устраиваются представления;
14. осуществляющая сценические представления и имеющая все необходимое для этого.

С опорой на вышеприведённые компоненты выделим разновидности денотата концепта «театр»: организация, здание, предприятие, представление, помещение, учреждение, постройка. Отдельные признаки концепта характеризуются следующим образом: зрелищное, архитектурное, предназначено для представления драматических произведений перед публикой, осуществляющая сценические представления и имеющая все необходимое для этого, со сценой и зрительным залом, в котором

устраиваются представления, занимается устройством представлений, постановкой спектаклей.

Благодаря определению номинативного поля концепта «театр» видны основные функции такого объекта: постановка спектаклей и привлечение гостей и жителей города к себе архитектурным решением.

Теперь представим концепт «театр оперы и балета» посредством медийных текстов и выявим наиболее выраженные в данных текстах компоненты взятого концепта.

В результате анализа 28 медиатекстов были выявлены следующие темы новостей:

1. театр проводит розыгрыши и дарит сувениры (социально-направленная деятельность);
2. у театра есть сезоны, которые открываются и закрываются (2/28; собственно театральная деятельность);
3. солисты театра – лауреаты молодёжных Дельфийских игр (деятельность на поддержание рейтинга театра);
4. в театре ставятся редкие постановки оперы и балета (собственно театральная деятельность);
5. театр устраивает мероприятие ко дню рождения Пушкина (собственно театральная деятельность);
6. посещение театра высокое: несколько тысяч человек (социально-направленная деятельность);
7. упоминание о большом коллективе из талантливых людей со званиями (деятельность на поддержание рейтинга театра);
8. стоимость билетов (социально-направленная деятельность);
9. вместимость залов, рассадка (социально-направленная деятельность);
10. участвует в фестивале Дмитрия Хворостовского (собственно театральная деятельность);

11. устраиваются вечера памяти народных артистов (собственно театральная деятельность);
12. коллаборация с телевидением (деятельность на поддержание рейтинга театра);
13. артисты театра принимают участие во Всероссийских конкурсах (деятельность на поддержание рейтинга театра);
14. открыт к сотрудничеству (2/28) (социально-направленная деятельность);
15. приглашает известных московских фотографов (деятельность на поддержание рейтинга театра);
16. солистка театра – участник «Золотой Маски» в Москве (деятельность на поддержание рейтинга театра);
17. клиентоориентированность: постановки как для взрослых, так и для детей (социально-направленная деятельность);
18. о Дмитрие Хворостовском – кончина, похороны (3/28) (деятельность на поддержание рейтинга театра);
19. театру присвоено имя Дмитрия Хворостовского (2/28) (деятельность на поддержание рейтинга театра);
20. театр восстанавливает крупные спектакли (собственно театральная деятельность);
21. ставит популярные балеты (собственно театральная деятельность);
22. пожар в театре – ситуация контролировалась руководством театра и пожарными (социально-направленная деятельность);
23. на спектакле звучал живой колокольный звон (собственно театральная деятельность).

Обратившись к медиатекстам и выявив их темы, мы можем выделить следующие сферы деятельности театра, которые находят отражение в концепте «университет», освещаются в СМИ и подвергаются языковой оценке:

собственно театральная деятельность, социально–направленная деятельность (информирование населения, сотрудничество), деятельность, направленная на поддержание рейтинга театра. Видим, что все сферы деятельности театра с примерно одинаковой периодичностью раскрываются в рассмотренных текстах. Собственно театральная деятельность и та, что направлена на поддержание рейтинга театра оперы и балета в равной степени освещаются в СМИ (по 8 тем из выявленных 23). Социально-направленная же деятельность чуть реже раскрывается в СМИ, однако тоже присутствует (7 тем из 23).

На основании выявленного выше составим фреймовую модель концепта «Театр оперы и балета». Фреймовая модель данного концепта также содержит три характеризующих параметра: понятийный, прагматический и оценочный. Представим эту модель в таблице 3 и отметим, что в её ячейки помещены смысловые компоненты, выявленные из проанализированных текстов и словарных дефиниций. В графе «оценочный параметр» приведены фрагменты контекстов, содержащих оценку.

Таблица 3. Фрейм концепта «Красноярский государственный театр оперы и балета»

Имя слота	Характеристика слота	Параметр		
		понятийный	прагматический	Оценочный
Здание	здание, где осуществляются сценические представления и имеется все необходимое для этого	здание со сценой и зрительным залом	платный вход	Зрительный зал Театра оперы и балета в Красноярске имеет вместимость 800 человек. Его центральную часть занимает партер, состоящий из двух отделений. За партером следует бельэтаж. В правой и левой боковой части зала расположены ложи бенеуара и ложи бельэтажа.

Имя слота	Характеристика слота	Параметр		
		понятийный	прагматический	Оценочный
Предназначение	показ оперных и балетных постановок	постановка оперы и балета	в театре ставятся оперные и балетные постановки	Оперный театр города Красноярск – уникальный проект. Он является единственным подобным культурным учреждением, построенным за территорией Урала за последние несколько десятков лет. Опера и балет по-прежнему остаются любимым своим зрителем, поэтому театр ежегодно посещают несколько тысяч человек.
Опасность	в театре безопасно	в театре безопасно	–	никакой паники во время пожара не было, и люди организованно покинули здание театра.
Ономастикон	театр оперы и балета в лицах	актеры со званиями народных артистов	Актёры выигрывают межрегиональные и всероссийские конкурсы	Красноярский театр оперы и балета, где начинал карьеру Дмитрий Хворостовский, теперь будет носить имя певца
Архитектура	театр красив с точки зрения архитектуры	красивое здание в центре города	–	–

Фреймовое моделирование позволило выделить лакуны, которые имеются в текстах о театре оперы и балета. Незаполненные ячейки таблицы говорят о том, что в проанализированных текстах и словарных дефинициях нами не было обнаружено отображения того или иного параметра.

Так, прагматический параметр раскрыт неполностью. Например, слот «опасность» практически не содержит в текстах ни понятийных, ни прагматически значимых характеристик. Подчеркнем, что именно прагматический параметр, наряду с оценочным, имеет ведущее значение для формирования имиджа какого-либо объекта, т.к. эти параметры демонстрируют закрепление в языке при помощи конкретных знаков того, что важно для человека, и воздействие этих знаков на людей. Следует заметить и полное отсутствие внимания прессы на архитектурном решении театра, на его внешнем виде. Следует заметить, что в случае раскрытия слота «архитектура» автоматически раскроется и оценочный компонент концепта, поскольку описание архитектуры предусматривает использование многочисленных и разнообразных средств художественной выразительности.

Видится логичным предложение следующих рекомендаций: необходимо увеличить информирование населения о безопасности нахождения в театре (уделить внимание камерам наблюдения, системе пожарной безопасности, аварийным выходам). Кроме того, увеличить количество текстов о поддержке архитектуры здания, поскольку в текстах акцент делается исключительно на постановках (эта сфера в медиапространстве освещается хорошо). Более того, видится важным расширить коллаборации театра для благотворительного влияния на свой имидж на федеральном уровне: новости о театре оперы и балета на федеральных каналах либо очень стары (2008 – 2014 гг.), либо отсутствуют вовсе.

Отдельно остановимся на характеристике оценочных компонентов, зафиксированных в текстах о театре оперы и балета.

Поскольку в настоящей работе рассматриваются оценки отдельных элементов концепта «театр оперы и балета», нас интересует классификация частных оценочных значений, включающая три группы разных категорий: сенсорные оценки (сенсорно-вкусовые, психологические), сублимированные (эстетические и этические) и рационалистические (утилитарные, нормативные, телеологические).

В результате анализа текстов было выявлено, что театр оперы и балета в наибольшей степени представлен посредством сенсорных и рационалистических оценок. Так, наиболее частотные оценочные значения относятся к сенсорной психологической эмоциональной категории (в 9 текстах из 28), рациональной телеологической (в 8 текстах из 28) и к сублимированной этической (в 6 текстах из 28) категориям.

Приведём пример психологическо-эмоциональной категории оценки в тексте о театре: *«Сезон завершится концертом с участием сразу трех дирижёров...»* (см. приложение В). Данный текст информирует зрителей о радостном, приятном событии – о масштабном завершении театрального сезона. Было отмечено, что наиболее частотны тексты информационного характера, в которых представлено анонсирование спектакля, открытия или закрытия театрального сезона, а также любых масштабных мероприятий, которые планируется организовать в театре.

Психологическо-эмоциональная категория оценочных значений тесно связана с сублимированной этической, поскольку в такого рода текстах представлена информация о проведении мероприятий в честь какого-либо известного артиста, певца, писателя или режиссера. Так, в театре проводятся мероприятия ко дню рождения А.С. Пушкина: *«В Красноярском театре оперы и балета состоится концерт ко дню рождения Пушкина...»* (см. Приложение В). В данном фрагменте преобладает сублимированная этическая оценка, поскольку анонсированное мероприятие призвано удовлетворить нравственные чувства потенциальных зрителей.

Наименее частотными явились оценочные значения психологическо-интеллектуального типа (в 4 текстах из 28) и рационально-нормативного типа (в 1 тексте из 28). Особое внимание необходимо уделить последней категории оценочных значений.

Тексты с рационально-нормативным оценочным значением довольно редки (в рамках настоящей работы – в количестве одной единицы). *«Ущерб от пожара в театре оперы и балета Красноярска, который произошел 4 января*

во время детского балета–сказки «Приключения Чиполлино», составил 50 тысяч рублей...» (см. Приложение В). Данный текст информирует зрителей и население в целом о том, что в театре произошёл пожар; руководство справилось с ним на сумму 50 тысяч рублей. Однако в полном тексте новости нет информации о профилактических мерах, принятых в театре, о причине возгорания, а также о том, что потенциальным зрителям не о чем беспокоиться при посещении театра. Подобные неточности в новостных текстах обуславливают лауну в фреймовой модели концепта «Театр оперы и балета», которую видится необходимым заполнять посредством увеличения текстов о безопасности посещения театра.

Можно сделать вывод о том, что в СМИ преобладают тексты о театре, содержащие оценку того или иного факта с психологической точки зрения (радостное – печальное событие; интересное – увлекательное). Кроме того, частотны тексты с телеологическим оценочным значением, которые содержат намёк на целесообразность, эффективность и успешность того или иного мероприятия.

В рассмотренных текстах преобладающим средством художественной выразительности явилась метафора. Из 41 выявленных средств художественной выразительности метафора составила 29,27% (12 единиц из 41). Частотна и персонификация – 12,51% (8 единиц из 41) от всех выявленных тропов. Наименее частотными явились метонимия (14,63%, 6 единиц из 41) и эпитет (14,63%, 6 единиц из 41). Отметим, что медиатексты о театре оперы и балета оказались наименее наполненными средствами художественной выразительности, по сравнению с текстами о Национальном парке «Столбы» и Сибирском федеральном университете. Приведем несколько примеров встретившихся тропов.

Метафора, как правило, используется в текстах о театре оперы и балета с целью показать величие, масштаб и важность какого-либо мероприятия. Использование данного средства художественной выразительности помогает в формировании и поддержании положительного имиджа объекта города:

чистота интонации; мир произведений; «зрителями в этот день являлись все те, кто приложил свою руку к строительству театра – архитекторы, рабочие и многие другие»; икона литературы и театра; буря темперамента; «в ближайшее время маэстро встанет за пульт опер “Богатыри” и “Риголетто” и балета “Лебединое озеро”»; гордость России; «знаменитый певец начал свое восхождение на Олимп международной славы».

Образность медиатекстов подчеркивается персонификацией: *«украсят концерт мелодии редкого гостя на сцене красноярского театра – Рихарда Вагнера из опер “Тангейзер” и “Лоэнгрин”»; «театр представил красноярцам и гостям города оперу Александра Чайковского “Ермак”», написанную по заказу театра»; «у Фигаро нет проблем с узнаваемостью»; «в ближайшее время один из новых бульваров в Красноярске также будет носить имя легендарного тенора»; «Красноярский театр оперы и балета, где начинал карьеру Дмитрий Хворостовский, теперь будет носить имя певца».*

Метонимия и эпитет дополняют список тропов рассмотренных текстов. Метонимия позволяет добавить краткости текстам в сочетании с выразительностью: *«Красноярский театр оперы и балета имени Д. А. Хворостовского запускает новую линейку сувенирной продукции»; «[Для участия в розыгрыше] тем, кто пришел на «Евгений Онегин»...»; «В розыгрыше будут участвовать только билеты, купленные именно на этот спектакль»; «в оперном поставят “Питера Пэна”»; «“Моцарт и Сальери” в Сибири».* С помощью эпитетов авторы текстов получают яркое описание какого-либо мероприятия, получаются объективные отчётные тексты о них, что благотворно влияет на поддержание положительного имиджа театра оперы и балета. Так, были встречены следующие примеры эпитетов: *изысканный набор песен; престижный конкурс; легендарный Мариус Петипа; горячий севилец; золотой лауреат; шумная постановка.*

Было выявлено, что для формирования положительного имиджа Красноярского государственного театра оперы и балета каждый элемент содержания соответствующего концепта получает интерпретацию в

положительном ключе с помощью метафоры, персонификации, метонимии и эпитета. Для того, чтобы поддерживать и развивать имидж знакового городского объекта, видится необходимым увеличить количество медиатекстов, содержащих информирование населения о безопасности нахождения в театре (уделить внимание камерам наблюдения, системе пожарной безопасности, аварийным выходам). Кроме того, необходимо увеличить количество текстов об архитектуре здания и его внутреннем оснащении. Заметим, что в тема текстов концентрируется преимущественно на театральных постановках. Однако если расширить тематический круг новостных текстов, это позволит привлечь внимание большего количества зрителей (как среди жителей города, так и среди его гостей), повысить интерес студентов театральных вузов, рассматривающих карьеру в театре. Кроме того, такие лингвистические меры значительно повысят коллаборацию театра с другими крупными театрами, что повлечёт новые, свежие тексты на федеральных СМИ, благотворно влияя на имидж театра оперы и балета.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 3

В главе представлен фреймовый анализ концептов Национальный парк «Столбы», Сибирский федеральный университет и Красноярский государственный театр оперы и балета. Каждый концепт предусматривает три характеризующих параметра: понятийный, прагматический и оценочный.

Понятийный параметр концепта «Столбы» предусматривает такие ключевые характеристики заповедника, как *достопримечательность, воздух, лес, большая площадь, мало нарушенный ландшафт, активная посещаемость, находится под охраной государства и ЮНЕСКО, выход диких зверей к людям, возможность заблудиться, упасть со скал* и т.д. Прагматический параметр в журналистских текстах освещен не полностью, однако раскрывает и дополняет понятийный и проявляется посредством описания практической значимости заповедника: *сохранение редких и исчезающих видов животных и растений, на Столбах дышат чистым воздухом, ведутся работы по восстановлению и сохранению ландшафта, обеспечивается возможность регулярного посещения, организовываются спортивные и культурно-просветительские мероприятия*. Понятийный и прагматические параметры дополняются оценками авторами текстов преимущественно посредством сенсорных и рационалистических типов.

Понятийный параметр концепта Сибирский федеральный университет предусматривает следующие его характеристики: *образовательная организация, научная организация, крупный, гранты, научные открытия, научные разработки*. Прагматический параметр сосредотачивается на уточнении деятельности вуза: *подготовка специалистов по фундаментальным и многим прикладным наукам, выполняет фундаментальные и прикладные научные исследования по широкому спектру наук, обеспечивает гибкие графики поступления, выигрывает гранты, студенты побеждают в конкурсах на высокие стипендии*. Понятийный и прагматические параметры дополняются оценками авторами текстов преимущественно посредством рационалистических оценок. В

СМИ преобладают тексты о СФУ, отражающие физическую или психологическую пользу адресатам, направленность на достижение какой-либо цели и выполнение некоторых функций, непосредственно связанных с деятельностью сотрудников университета.

Концепт Красноярский государственный театр оперы и балета в понятийном параметре содержит следующие элементы: *здание со сценой и зрительным залом, оперные и балетные постановки, актёры носят звание народных, красивое здание в центре города, в театре безопасно*. Прагматический параметр характеризует понятийный слабо, он практически не раскрыт в текстах: *платный вход, в театре ставятся оперные и балетные постановки, актёры театра выигрывают межрегиональные и всероссийские конкурсы*. Оценочный параметр также выражен слабо и в наибольшей степени представлен посредством сенсорных и рационалистических оценок.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Процесс формирования имиджа городского объекта является многогранным, где ведущую роль играет лингвистический аспект (средства художественной выразительности – стилистические фигуры и тропы, коммуникативные стратегии и тактики). Медиатексты, освещающие ту или иную деятельность объекта, способствуют формированию общественного мнения, поэтому то, как воспринимается тот или иной объект, напрямую зависит от способа представления его в медиатекстах.

Ключевым результатом исследования стала лингвистическая имиджформирующая модель трёх знаковых городских объектов: Национального парка «Столбы», Сибирского федерального университета и Красноярского государственного театра оперы и балета. Посредством анализа понятийного, прагматического и оценочного параметров концептов были выявлены неосвещённые сферы деятельности каждого взятого городского объекта.

Было выявлено, что концепты каждого объекта в журналистских текстах имеют слабо выраженный прагматический параметр, который является ведущим в представлении практической значимости объекта.

Для того, чтобы поддерживать и развивать положительный имидж Национального парка «Столбы», видится необходимым увеличить количество медиатекстов о редких и исчезающих видах растений и животных заповедника, а также об их сохранении и защите. Такая информация, представленная с помощью метафоры, риторических восклицаний и эпитетов, позволит повысить посещаемость заповедника, обуславливая его значимость наличием редких и ценных природных ресурсов. Кроме того, это увеличит интерес исследователей к заповеднику, что позволит ему чаще появляться в сборниках по проведенным научно–исследовательским работам в заповедниках и национальных парках и, как следствие, на федеральных новостных каналах.

С целью поддержания положительного имиджа Сибирского федерального университета, как представляется, нужно увеличить количество медиатекстов об отдельных лицах университета, а также о безопасности сотрудников и студентов вуза: научная (защита авторского права) и общественная (металлоискатели, периметр безопасности). Именно такие лакуны были выявлены при фреймовом моделировании концепта СФУ. Информация, представленная посредством метонимии, гиперболы, эпитета и других средств художественной выразительности, позволит привлечь внимание большего количества абитуриентов, повысить интерес научных деятелей к вузу. Подобные меры, считаем, будут способствовать увеличению коллаборации университетов и других образовательных организаций с Сибирским федеральным университетом, благотворно влияя на его имидж.

Имидж Красноярского государственного театра оперы и балета поддерживается преимущественно за счёт освещения его непосредственной деятельности – постановки спектаклей и участия в региональных и всероссийских конкурсах. Однако такой тематический круг видится недостаточным, неполным, поскольку фреймовое моделирование отразило множество незаполненных слотов и их характеристик, т.е. слабую освещённость театра как на региональном, так и на федеральном уровне. Концепт Красноярский театр оперы и балета имеет слабо раскрытый прагматический и, как следствие, оценочный параметры.

Для того, чтобы поддерживать и развивать имидж Красноярского государственного театра оперы и балета, нужно увеличить количество медиатекстов, содержащих информирование населения о безопасности нахождения в театре: уделить внимание камерам наблюдения, системе пожарной безопасности, аварийным выходам. Кроме того, важным обращать внимание на архитектурное решение здания и его внутреннее оснащение. Такую информацию следует представлять преимущественно через метафору, персонификацию, метонимию и эпитет, поскольку самые яркие тексты являются таковыми благодаря

использованию данных средств художественной выразительности. Было отмечено, что понятийный параметр не имеет достаточной «поддержки» со стороны оценочного и поданная информация воспринимается не так успешно, что почти не оказывает влияние на поддержание положительного имиджа объекта.

Вышесказанное позволяет сделать ряд рекомендаций авторам текстов о театре. Эти рекомендации направлены на раскрытие прагматического и оценочного параметров, поскольку усовершенствованные тексты способны привлечь внимание бóльшего количества зрителей (как среди жителей города, так и среди его гостей), повысить интерес студентов театральных вузов, рассматривающих карьеру в театре.

На наш взгляд, если использовать вышеперечисленные рекомендации по каждому из рассмотренных знаковых объектов, значительно увеличивается вероятность закрепления за объектами знаковых позиций, что положительно отразится и на имидже города Красноярска.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ангелова М.М. «Концепт» в современной лингвокультурологии // Актуальные проблемы английской лингвистики и лингводидактики. Вып. 3. М., 2004. С. 3–10.
2. Анхольт С. Создание бренда страны // «Бренд – менеджмент». Вып. 1, 2007. С. 50–55.
3. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. Москва: Наука, 1988. 338 с.
4. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико–фразеологической семантике языка. Воронеж, 1997. С. 15.
5. Беляева М.А., Самкова В.А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории: уч. пособие. Екатеринбург, 2016. 184 с.
6. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы «Паблик рилэйшн». СПб, 2004. С. 39.
7. Бодалев А.А. Имиджология – это серьезно // Материалы междунар. конф. «Психология общения: социокультурный анализ». Ростов-на-Дону, 2003. С. 31–34.
8. Буданова С.Г., Рябинина А.Г. Речевые приёмы манипулятивного воздействия в рекламе с использованием вторичных текстов // Филология. Библиоковедение. Вып. 4 (59), 2015. С. 115–121.
9. Булгакова О.В. Лингвистическое моделирование имиджа в экономическом издании): автореф. ... канд. филол. наук. Томск. С. 23.
10. Васюкова И.А. Словарь иностранных слов. М.: АСТ – ПРЕСС, 1998.
11. Важенина И.С. Имидж как конкурентный ресурс территории // Маркетинг в России и за рубежом. Вып. 6, 2006. С. 47–64.
12. Вилер К. Без эффективной коммуникации нет эффективного управления. Отличительный облик и имидж местной администрации. Обнинск: Институт муниципального управления, 2002. 56 с.

13. Выгонский Л.С. Что такое региональный имидж? [Электронный ресурс]. URL: <http://sv-psycho.narod.ru/regionimage.html> (дата обращения: 20.11.2019).
14. Гусева Э.Ю. Концептуальный анализ как метод лингвистического концепта бизнес в американской лингвокультуре // Интеллект. Инновации. Инвестиции. Вып. 2. 2011. С. 268–270.
15. Давыборец Е.Н. Манипуляция сознанием в имидже политического лидера // Омский научный вестник. Вып. 5. 2007. С. 105–108.
16. Дагаева Е.А. Имидж: от манипуляции к самовыражению // Исследователь. 2018. С. 105–110.
17. Добрикова А.А. Имидж региона в социокультурной коммуникации (на примере Челябинской области): автореф. ... канд. культурологии. Челябинск, 2012. С. 112–176.
18. Доценко В.Л. Психология манипуляции. [Электронный ресурс]. URL: <http://libarch.nmu.org.ua/bitstream/handle/GenofondUA/44695/4fa42deac644be1fd4e5d610ddc1e8d3.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата обращения: 29.10.2020).
19. Евсеева И.В. Когнитивное моделирование словообразовательной системы русского языка (на материале комплексных единиц). Кемерово, 2011. 430 с.
20. Еремеев С.Н. Формирование имиджа региона как инструмента управления его развитием: автореф. дисс. ... канд. эконом. наук. М.: Издательство МГУ, 2009. С. 57–89.
21. Жарина О.А. «Концепт» VS «Фрейм»: проблема дефиниции и соотношения понятий в современной когнитивной лингвистики // Балтийский гуманитарный журнал. 2017. С. 43–46.
22. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
23. Исторический словарь. [Электронный ресурс]. URL: <https://endic.ru/history/Imidzh-16387.html> (дата обращения: 18.11.2019).

24. Исмаилова О.И. Речевые стратегии и тактики манипулятивного воздействия в массмедиа на основе языковой игры (на примере английского и русского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Вып. 12 (78). 2017. С. 95–98.
25. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. 2004. С. 128.
26. Кара–Мурза С. Манипуляция сознанием. М.: ЭКСМО, 2005. 832 с.
27. Караулов Ю.Н. Лингвистическое конструирование и тезаурус литературного языка. М., 1981. 368 с.
28. Катенева И.Г. Манипуляции в текстах СМИ как эффективный инструмент политического воздействия и социального контроля (на материале предвыборной кампании 2011 года) // Вестник НГУ. Т. 11. Вып. 6, 2012. С. 89–94.
29. Катинская М.В. Лингвистическое моделирование имиджа. Благовещенск: АмГУ. 2012. 168 с.
30. Каюмова М. И. Методы манипуляции массовым сознанием // Актуальные проблемы филологии: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2016 г.). Краснодар: Новация, 2016. С. 141–143.
31. Квеско Р.Б. Квеско С.Б. Имиджелогия: уч. пособие. Томск: Издательство Томского политехнического университета, 2008. 116 с.
32. Клёстер А.М. Динамический фрейм как структура представления научного знания (на материале немецкого языка) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019. С. 12–19.
33. Клушина Н.И. Языковые механизмы формирования оценки в СМИ // Публицистика и информация в современном обществе / под ред. Г.Я. Солганика. М., 2002. С. 94–106.
34. Ковешникова М.Н. Речевая манипуляция и приемы речевого манипулирования. 2014. С. 387–394.

35. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. [Электронный ресурс] / Имидж. 2006. URL: <https://endic.ru/fwords/Imidzh-14169.html> (дата обращения: 18.11.2019).
36. Кондоба Н.В. Контрманипуляция в аспекте теории речевого воздействия // Экология языка и коммуникативная практика. Вып. 2. 2015. 14 с.
37. Кононова И.В. Структура лингвокультурного концепта: способы языковой и дискурсивной объективации // Межкультурная коммуникация и сопоставительное изучение языков. Вып. 5. Волгоград, 2014. С. 32–40.
38. Константинова В.Г. Феномен имиджа в научных исследованиях // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. Вып. 4, т. 17. Кострома, 2011. С. 221–225.
39. Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2012. 170 с.
40. Копчева В.В. Политическая коммуникативистика: проблемы теории политической коммуникации, политической семиотики и лингвистики: библиографический указатель. Барнаул: Издательство Алтайского государственного университета, 2007. С. 117.
41. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. 390 с.
42. Краткий словарь когнитивных терминов. Под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филол. ф–т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. 248 с.
43. Кубрякова Е.С. К определению понятия имиджа // Вопросы когнитивной лингвистики. №1 (014). 2008. С. 5–11.
44. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Наука, 2004. с. 97.
45. Ли Минд. Понятия «образ» и «имидж» в русском и китайском языках. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/ponyatiya-obraz-i-imidzh-v-russkom-i-kitayskom-yazykah> (дата обращения: 10.11.2019).

46. Марьянчик В.А. Оценка как категория текста // Филология. 2014. С. 100–102.
47. Милованова М.В., Терентьева Е.В. Реализация стратегии убеждения при формировании положительного образа коллективного прошлого в современных российских СМИ // Экология языка и коммуникативная практика. 2017. № 3. С. 106–113.
48. Минский М. Фреймы для представления знаний: Пер. с англ. / Под ред. Ф.М. Кулакова. М.: Энергия, 1979. С. 15–130.
49. Мишланов В.А. Языковые и речевые признаки манипулятивных текстов // Юрислингвистика – 8: Русский язык и современное российское право: межвуз. сб. науч. ст. Кемерово – Барнаул, 2007. С. 202–217.
50. Морозов А.Ю. Имидж в рекламе: опыт лингвистического исследования. Самара: Офорт, 2012. 256 с.
51. Некрасов С.И., Молчанова Н.С. Значение теории фреймов в современной науке // Логика, методология и философия науки. 2009. С. 13–17.
52. Никонова Ж.В. Фреймовый анализ как метод лингвистического описания вербальных структур // Вестник ТГУ. 2007. 6 с.
53. Никонова Ж.В. Фреймовый анализ как метод описания речевых актов. 2008. С. 83–86.
54. Никонова Ж.В. Фрейм в контексте лингвистической науки. 2008. С. 86–92.
55. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: уч. пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 11–23.
56. Петрова Е.А. Имиджелогия: современное состояние и перспективы развития в России // Материалы I Международного симпозиума «Имиджелогия – 2003». М.: Альфа, 2003. С. 27–31.
57. Петрова Е.А. Имиджелогия – наука XXI века // Гуманитарные технологии в современном мире. 2019. С. 25–28.
58. Пирогова Ю.К., Паршин П.Б. Рекламный текст: семиотика и лингвистика. М., 2000. 268 с.

59. Погорелова С. Д., Яковлева А. С. Функциональная значимость оценки в контексте // Современная филология: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Уфа, январь 2013 г.). Уфа: Лето, 2013. С. 85–86.
60. Попова Е.С. Рекламный текст и проблемы манипуляции. Екатеринбург, 2005. 27 с.
61. Попова Е.С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте. Екатеринбург: Известия Уральского государственного университета, 2002. Вып. 24. С. 276–288.
62. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: Рефл-бук, 2003. 704 с.
63. Прохоров А.В. Специфика лингвистического моделирования имиджа // Вестник ТГУ. Вып. 9 (125). 2013. С. 254–257.
64. Присяжнюк Т.А., Г.М. Крутова. Имидж современной России в зарубежной англоязычной прессе: лингвокогнитивный ракурс исследования. Пединститут СГУ, 2006. 5 с.
65. Психологическая энциклопедия. [Электронный ресурс]. URL: https://endic.ru/enc_psy/Imidzh-8783.html (дата обращения: 10.11.2019).
66. Розенталь Д., Кохтев Н. Язык рекламных текстов: учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика». М., 1981. 127 с.
67. Романова Т.В. Взаимосвязь категорий модальность – оценочность – эмоциональность в текстовой репрезентации // Вопросы когнитивной лингвистики. № 3 (009), 2006. С. 71–77.
68. Санатулова А.Ш. Имидж как научное понятие // Имиджелогия. Как нравится людям / сост. и ред. В.М. Шепель. М.: Народное образование, 2002. Электронный ресурс. URL: <http://evartist.narod.ru/text9/17.htm> (дата обращения: 23.11.2020).
69. Санжаревский И.И. Политическая наука: словарь – справочник [Электронный ресурс] / Имидж. 2010. URL: <https://endic.ru/polytology/Imidzh-157.html> (дата обращения: 18.11.2019).

70. Сквородников А.П., Копнина Г.А. Способы манипулятивного речевого воздействия в российской прессе // Политическая лингвистика, Вып. 3(41). Красноярск, 2012. с. 36–42.
71. Сквородников А.П., Копнина Г.А. Экспрессивные средства в языке современной газеты: тенденции и их культурно–речевая оценка // Язык печати. Красноярск, 2004. с. 285–305.
72. Стернин И.А. Антология концептов. Том 1. Волгоград: Парадигма, 2005. 352 с.
73. Стернин И.А. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ: Восток–Запад, 2007. 226 с.
74. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. Члены редколлегии: Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сквородников. М.: Флинта: Наука, 2003. 696 с.
75. Сухонослова С.В. Теория фреймов: возможности исследования повседневности // Теория истории и культуры. 2012. С. 29–34.
76. Сытникова Т.А. Фреймовый анализ терминологии предметной области (на примере англоязычной компьютерной технической терминосистемы) // Языкознание. 2008. С. 254–256.
77. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2000. 312 с.
78. Титова Ю.В. Структура концепта и методы его описания // Вестник УлГТУ. Вып. 4. Ульяновск, 2010. С. 16–21.
79. Феофанов О.А. США: реклама и общество. М.: Мысль, 1974. 262 с.
80. Черкесова З.В. Понятие концепта и методы его исследования в современной лингвистике (на примере концепта «женщина») // Вопросы кавказской филологии. Вып. 9. 2013. С. 195–202.
81. Чернышова Т.В. Современный публицистический дискурс (коммуникативно-стилистический аспект). Барнаул: Изд. Алт. Ун-та, 2003. 178 с.
82. Шепель В.М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния в сравнительно-исторической риторике. М., 1996. 382 с.

83. Шингаров Г.Х. Эмоции и чувства как формы отражения действительности. М.: Наука, 1971. 223 с.
84. Щитова Д.А. Лингвистическое моделирование имиджа в политическом дискурсе (на материале концепта Вооружённая борьба): автореферат диссертации на соискание учёной степени канд. филол. наук: 10.02.01. Томск, 2014. С. 1–24.
85. Шушарина Г.А. Коммуникативная стратегия создания имиджа регионального города в медиатекстах // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Вып. 8 (26). 2013. С. 210–212.
86. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980. с. 25–30.
87. Evseeva I.V., Zhmakina I.S. Concept «National Park “Krasnoyarsk Stolby” in the aspect of linguoimageology» // Журнал СФУ. Гуманитарные науки. Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Science. Krasnoyarsk, 2020. С. 1914–1926.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Медиатексты о национальном парке «Столбы»

Таблица 1. Внутренний источник: официальный сайт (5)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
1.	https://www.zapovednik-stolby.ru/news/stolbam-vse-vozrasty-pokorny/	<p>«Столбам» все возрасты покорны!</p> <p>В Международный день пожилого человека, 1 октября, в заповеднике в 9-й раз прошла акция «До «Столбов» – один шаг». Автобусы заповедника бесплатно подняли всех желающих до скального района и провели бесплатные экскурсии для людей серебряного возраста. В этом году более 150 пенсионеров стали участниками научно-познавательных прогулок по красноярским «Столбам».</p> <p>Всего организовалось 8 экскурсионных групп, полностью прошедших туристический маршрут «Природа – великий скульптор» в сопровождении сотрудников отдела экологического просвещения. Дорогие посетители стойко и воодушевленно преодолели весь путь, наслаждаясь первым осенним снегопадом и внимательно слушая интересные рассказы экскурсоводов.</p> <p>После душевной прогулки на свежем воздухе гости заглянули погреться в Туристическом центре, где продолжили вести оживленные беседы и делиться впечатлениями за чашкой горячего чая. Затем для гостей был организован обратный трансфер от «Перевала» до стелы заповедника.</p> <p>Самые активные экскурсанты после чаепития отказались от трансфера и предпочли самостоятельно спуститься семикилометровый путь до Стелы «Столбов». Этот маленький подвиг действительно заслуживает восторга!</p> <p>Завершались праздничные экскурсии трогательными словами благодарности от бабушек и дедушек, любящих заповедник и мечтающих вновь отправиться на прогулку.</p> <p>От всей души поздравляем всех пожилых людей с праздником, желаем доброго заповедного здоровья и долгих лет счастливой жизни!</p> <p>Пресс-служба заповедника</p>	<p>В заповеднике организовывают бесплатные экскурсии для пожилых людей</p> <p>Можно отмечать праздники</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая оценка заповедника Столбы. Оценка эксплицитная, утилитарная (ценность поведения или поступка определяется его полезностью: прогулка на столбах полезна, благоприятна для пожилых).</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: повтор (бесплатно подняли, бесплатные экскурсии), эпитет (дорогие посетители, трогательные слова благодарности), оценочная лексика (воодушевленно преодолели (что-то сложное, им помогли), наслаждались, интересные рассказы), оксюморон (маленький подвиг), уменьшительно-ласкательная лексика (бабушек и дедушек), риторическое восклицание (этот маленький подвиг заслуживает восторга!, желаем... долгих лет!).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
2.	https://www.zapovednik-stolby.ru/news/my-odna-semya/	<p>«Мы одна семья» Красноярские приемные семьи встретили День семьи, любви и верности в заповеднике «Столбы».</p> <p>В качестве подарка к семейному празднику 8 июля 2019 года заповедник «Столбы», совместно с Краевым центром развития семейных форм воспитания, при поддержке Министерства природных ресурсов и экологии Красноярского края, провели эколого-просветительское мероприятие «Мы одна семья».</p> <p>Для участников была организована насыщенная семейная программа. Дети и взрослые из замещающих семей г.Красноярска провели день с пользой на свежем воздухе, познакомились с деятельностью научно-познавательного комплекса «Нарым», приняли участие в командных играх и экологических мероприятиях, стали участниками тематического мастер-класса, а также узнали о возникновении скал, истории создания заповедника, животном и растительном мире, столбистском движении. В мероприятии приняли участие более 40 человек. Всего в Красноярском крае 12 тысяч ребятшек находятся под опекой, ещё 4 тысячи семей имеют приёмных детей. Олеся (участница мероприятия) вспоминает, что лет 20 тому назад знакомые могли косо на нее посмотреть, не понимая. Сейчас у нее 15 детей, и её пример уже вдохновляет других. Такие совместные поездки организуются, чтобы родители делились опытом и не забывали, что они не одиноки.</p> <p>«Сопровождение нужно, чтобы приемные родители понимали – их много. Они знакомятся, начинают общаться и помогать друг другу», – отметила представитель Центра развития семейных форм воспитания г.Красноярска Лариса Максимова.</p> <p>Пресс-служба заповедника</p>	<p>В заповеднике можно отдыхать, встречать праздники</p> <p>В заповеднике есть: свежий воздух, скалы, животные, растения</p> <p>Существует столбистское движение</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа. Оценка имплицитная, относится к психологической утилитарной категории (Столбы благоприятны для сближения, для зоровья).</p> <p>Реализуется посредством следующих языковых средств: лексические (труд, насыщенная семейная программа), ряд однородных членов предложения (провели день с пользой на свежем воздухе, познакомились с деятельностью научно-познавательного комплекса «Нарым», приняли участие в командных играх и экологических мероприятиях, стали участниками тематического мастер-класса, а также узнали о возникновении скал, истории создания заповедника, животном и растительном мире, столбистском движении).</p> <p>Манипуляция? Семья – коннотация</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
3.	https://www.zapovednik-stolby.ru/news/ostavim-stolby-chistymi/	<p>Оставим Столбы чистыми!</p> <p>На «Центральных Столбах» продолжается проект «Чистые Столбы», организованный Экологическим фондом Сибирского федерального университета и Государственным природным заповедником «Столбы», при активном участии столбистов–скалолазов. Основной целью программы является очистка скал от вандальных надписей. Напомним, в прошлом году в социальных сетях в течение нескольких месяцев собиралась информация о тех скалах на заповедной территории, которые нуждаются в очистке. В течение волонтерского лета–2018 были очищены скальный массив Первый Столб (от более чем более 150 надписей), Четвертый Столб и Перья.</p> <p>В этом году работа по очистке скал Центрального района стартовала в конце мая. И снова на труднодоступных участках практически ежедневно можно увидеть находящиеся на высоте нескольких метров, а иногда и нескольких десятков метров от земли скалолазов со специальным снаряжением, шаг за шагом очищающих скальные породы. Участниками проектами по–прежнему являются Владимир Волков и Аркадий Самотик (столбисты, промышленные альпинисты), скалолазы из числа студентов СФУ. Координирует работу Олег Хвостенко, мастер спорта по альпинизму, тренер сборной команды Красноярского края по альпинизму.</p> <p>Труд участников проекта «Чистые Столбы» сложный, кропотливый. Они выходят на территорию заповедника не только в рабочие дни, а по выходным и в праздники. И бывает очень обидно, когда кто–то, не задумываясь, из шалости, перечеркивает только что проделанную работу. Так, 12 июня, в День России, скалолазы полностью очистили от надписей скалу Прадед (рядом со скалой Дед), а на следующий день на ней появились свежие надписи учащихся одной из школ.</p> <p>Специалисты заповедника «Столбы» отправили официальное обращение администрации данного общеобразовательного учреждения, предложили рассказать детям об особо охраняемых природных территориях и правилах их посещения. А также, в воспитательных целях, рекомендовали ученикам школы прийти на сентябрьскую акцию «Чистые Столбы».</p>	<p>В заповеднике производится чистка скал от вандальных надписей – заповедник под охраной</p> <p>Есть контролируемые правила посещения</p> <p>В заповеднике скалы имеют названия: Первый, Четвертый, Перья, Дед, Прадед.</p> <p>В заповеднике можно заниматься скалолазанием, имея специальное снаряжение (активный отдых)</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частногообщественного типа. Оценка эксплицитная, этическая (чистка скал – большой труд, нравственный, добрый) и теологическая (эффективная программа).</p> <p>Реализуется посредством следующих языковых средств: эпитеты (большой труд, труднодоступные участки), повтор (в течение нескольких месяцев..., в течение волонтерского лета...), риторическое восклицание (давайте оставим столбы чистыми!).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
4.	https://www.zapovednik.ru/news/stolby-kak-territoriya-bezgranichnykh-vozmozhnostey/	<p>«Столбы» как территория безграничных возможностей</p> <p>В течение трех дней заповедник «Столбы» стал местом, где люди с ограниченными возможностями по здоровью проявляли свои бесконечные духовные и душевные способности в познании, оптимизме, силе духа и в творчестве.</p> <p>В этом году участниками Фестиваля доступной природной среды «Театр на траве» стали семь самодеятельных творческих коллективов из Красноярска, Ачинска и Зеленогорска. Дети и взрослые, всего более пятидесяти человек, проявили себя в четырех номинациях: сценическое искусство, музыкальная композиция, художественное слово и авторская песня.</p> <p>Заповедник «Столбы», как принимающая сторона и партнер Фестиваля, не просто подарил гостям возможность в течение трех суток пожить у подножия величественных скал. Специалисты эколого–просветительского отдела провели несколько интерактивных занятий и познавательных экскурсий по заповеднику, убедились в сплоченности и силе духа участников во время «Веселого построения команды на «Столбах» и традиционно вручили всем участникам памятные подарки.</p> <p>Приятно отметить, что одну экскурсию – по «Белой тропе», в рамках одноименного проекта заповедника (по привлечению слепых и слабовидящих людей к активной деятельности), провел для своих друзей незрячий участник Фестиваля Алексей Каргин.</p> <p>Особую благодарность хочется выразить многолетнему другу заповедника, руководителю общественной организации «Туристический клуб инвалидов» Андрею Суворову. Нелегкая личная судьба этого человека только лишь укрепила его лучшие качества: силу духа, тонкое чувство юмора и отличные организаторские способности. ...</p>	<p>Заповедник доступен к посещению людям с ограниченными возможностями.</p> <p>В заповеднике проводятся экскурсии.</p> <p>В заповеднике есть тропа под названием «Белая».</p> <p>В заповеднике лес, свежий воздух.</p> <p>У заповедника есть день рождения, который празднуется в виде волонтерских акций.</p> <p>«Наскальной живописи нет» – одна из таких акций.</p> <p>На Столбах есть гостевые домики, туалет.</p> <p>Проводятся экологические беседы–лекции.</p> <p>Есть мероприятие «Театр на траве».</p> <p>Проводятся различные тренинги, спортивные соревнования, забеги (активный отдых).</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа.</p> <p>Оценка эксплицитная, относится к психологической этической (добродетельный, нравственный) и утилитарной категориям (благоприятный).</p> <p>Реализуется посредством следующих языковых средств: метафора (столбы как территория), эпитет (безграничные возможности), гиперболлизация (безграничные возможности, бесконечные духовные и душевные способности, величественные скалы), риторические восклицания.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
5.	https://www.zapovednik-stolby.ru/news/na-stolbah-poyavilsya-medpunkt/	<p>На «Столбах» появился медпункт</p> <p>На красноярских «Столбах» начал работу пункт оказания экстренной медицинской помощи. Его открытия сотрудники и посетители заповедника ждали много лет. До этого с многочисленными обращениями по поводу сердечных приступов и травм, а также мозолей, царапин, ран и обморожений туристы обращались к специалистам заповедника, а после открытия в 2017 году пункта спасателей – к дежурным КГКУ «Спасатель». В то же время представители заповедника и МЧС не имеют права давать пострадавшим лекарства или делать инъекции. Теперь, наконец–то, у туристов появилась возможность получить своевременную квалифицированную медицинскую помощь.</p> <p>На торжественном открытии медпункта, состоявшемся 19 февраля 2019 года, директор заповедника «Столбы» Вячеслав Щербаков представил журналистам архивные материалы – генеральное дело природоохранного учреждения за 1935 год, в котором сотрудники заповедника обращаются в Крайисполком с просьбой построить на заповедной территории медпункт и установить дежурство фельдшера хотя бы по выходным дням. Спустя 2 года, в 1937 году, директор заповедника П.Кожуховский в докладной записке Красноярскому Комитету ВКП сообщает, что в заповеднике по–прежнему нет медпункта, и первая помощь пострадавшим оказывается только в городе. На протяжении многих десятилетий проблема оставалась нерешенной.</p> <p>Сегодняшнее событие состоялось благодаря совместным усилиям нынешнего руководства заповедника, депутатов Законодательного Собрания Красноярского края и краевого правительства.</p>	<p>В заповеднике появился медпункт, пункт спасателей. Медпункт оборудован в соответствии с имеющимся стандартом, здесь есть кардиограф, дефибриллятор, дыхательная аппаратура, необходимый набор лекарственных и перевязочных средств.</p> <p>Узнаём стоимость услуг и время работы.</p> <p>Узнаём расположение медпункта.</p> <p>Заповедник «Столбы» является одной из самых посещаемых туристами особо охраняемых природных территорий в России. По итогам 2018 года, красноярский заповедник посетило более 750 тысяч человек.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа. Оценка эксплицитная, относится к психологической интеллектуальной (желанный медпункт) и утилитарной категориям (благоприятный для туристов), а также этическая (добродетельный, нравственный поступок)</p> <p>Реализуется посредством следующих языковых средств: метонимия (начал работу пункт оказания экстренной медицинской помощи – люди, работающие в этом пункте, начали работу).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

Таблица 2. Внутренний источник: туристические сайты (5)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
1.	https://vk.com/apEC73	<p>Приехать в Красноярск и не сходить на Столбы – значит не получить полного впечатления о столице края!</p> <p>Столбы – это чудо, которое сотворила природа. Глядя на них, у каждого возникают свои мысли. Одни задумываются о себе, о своём месте в этом мире. Другие вдруг понимают, что такое природа и что её надо беречь. А третьим хочется покорить ещё одну вершину. Претворить все эти мысли в жизнь, вам поможет наша экскурсия.</p> <p>В данной экскурсии, вам не придется тратить силы и время, чтобы дойти до 1-го Столба 7 км! На транспорте мы поднимемся до верхнего кардона и далее наш гид проведет Вас по самым красивым местам заповедника "1ый Столб", "Бабка", "Дед", "Львинные ворота", "Перья", "Четвертый Столб". Сим Сим (simsimtravel.ru)</p>	<p>Столбы – место для отдыха, где проводятся экскурсии.</p> <p>Пешком – 7 км ходьбы.</p> <p>Можно на транспорте заповедника.</p> <p>Названия скал: Первый столб, Бабка, Дед, Львинные ворота, Перья, Четвертый столб.</p> <p>На столбах красиво.</p>	<p>Задача высказывания: описать Столбы как достопримечательность. Текст содержит сенсорные оценки, т.е. те, что связаны с ощущениями, чувственным опытом – физическим и психическим.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частно-оценочного типа. Оценка эксплицитная, относится к психологической интеллектуальной и эмоциональной категориям (Столбы – увлекательно, захватывающе, приятно).</p> <p>Реализуется посредством следующих языковых средств: риторическое восклицание (Приехать в Красноярск и не сходить на Столбы – значит не получить полного впечатления о столице края!), метафора (Столбы – это чудо), персонификация (чудо, которое сотворила природа).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
2.	https://vk.com/apEEbt	<p><u>Государственный природный заповедник «Столбы»</u>. Одной из главных достопримечательностей Красноярска по праву считаются Столбы. На протяжении многих лет ветра и дожди высекали фигуры из камня. Причудливые скалы, напоминающие зверей, птиц, людей, сегодня притягивают многочисленных туристов. Перья, Дед, Первый Столб, Львиные Ворота – эти названия скал знает каждый красноярский школьник. Скалы разнообразны по форме и высоте. Например, самая большая в заповеднике скала – Второй Столб – достигает высоты 748 метров над уровнем моря, от подножия – 100 метров. А самая посещаемая – Дед – напоминает голову сурового старика. Ежегодно Столбы посещают почти 300 тысяч человек. Заповедник занимает территорию в 47,2 тысячи гектаров на правом берегу Енисея на участке между реками Маной и Базаихой. Свежий воздух и уникальные условия заповедника способствуют развитию спортивного туризма и активного отдыха.</p> <p>Туристы часто посещают это место небольшими группами, самостоятельно. Кроме того, разработаны специальные экскурсионные маршруты, на которых сотрудники заповедника покажут самые красивые места и расскажут самые интересные истории об этом уголке Сибири.</p> <p>Красноярские Столбы – узнаваемая визитная карточка города, таежная и скалистая. По-особенному чувствуешь окружающий мир в этом месте.</p> <p>Красноярск. Душа и сила Сибири</p>	<p>Столбы – достопримечательность Красноярска.</p> <p>Названия скал: Перья, Дед, Первый Столб, Львиные Ворота.</p> <p>Описание скал: высота, форма.</p> <p>Посещаемость большая.</p> <p>Дается расположение заповедника, его площадь.</p> <p>Заповедник = свежий воздух.</p> <p>Здесь развивается спортивный туризм и активный отдых.</p> <p>Проводятся экскурсии.</p> <p>Столбы – визитная карточка города.</p>	<p>Задача высказывания: описать Столбы как достопримечательность. Текст содержит сенсорные оценки, т.е. те, что связаны с ощущениями, чувственным опытом – физическим и психическим, а также рационалистические оценки (текст содержит данные о площади и названиях скал). Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа. Оценка эксплицитная, относится к психологической интеллектуальной и эмоциональной категориям, а также к эстетической (красивые места). Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: персонификация (ветра и дожди высекали фигуры из камня), эпитеты (причудливые скалы), метафора (Столбы – визитная карточка города), повтор (самые красивые места и самые интересные истории).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
3.	https://vk.com/apEH3t	<p>Я предлагаю совершить поход в уникальный, всемирно известный заповедник «Столбы» – насладиться красотой окружающей природы, подышать горным воздухом и надолго зарядиться бодростью. Это удивительное место расположено на Северо–Западных отрогах Восточных Саян, протянувшихся от Алтая до Забайкалья. Основной достопримечательностью заповедника являются скалы под названием «Столбы». Во время похода я расскажу вам о вулканическом происхождении скал, об их названиях, об истории, особенностях, о флоре и фауне заповедника.</p> <p>Tripster</p>	<p>Столбы – всемирно известен.</p> <p>Здесь красиво, горный воздух.</p> <p>Даётся расположение.</p> <p>На Столбах есть скалы. Они вулканического происхождения.</p> <p>Здесь особенная флора и фауна.</p>	<p>Задача высказывания: описать Столбы как достопримечательность и предложить свою экскурсию. Текст содержит сенсорные оценки, т.е. те, что связаны с ощущениями, чувственным опытом – физическим и психическим, а также рационалистические оценки (текст содержит данные о протяженности Столбов).</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа. Оценка эксплицитная, относится к психологической интеллектуальной и эмоциональной категориям, а также к эстетической (красивые места).</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: оценочная лексика (уникальный, всемирно известный, удивительный).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
4.	https://vk.com/apENdj	<p>Кто побывал в Красноярске, но не попал в заповедник «Столбы», тот не видел сердца города, его легких, его души. Для тех, кто любит покой или активный отдых, для тех, кто любит открывать новые места и великолепные виды, для тех, кто ищет единения с Природой, мы предлагаем экскурсию в заповедник «Столбы»! Именно здесь гости Красноярска получают самые яркие впечатления от нашего города. В отличие от обычной экскурсии в заповедник, вам не придется тратить силы и время, чтобы пройти до 1-го Столба 7 км! Наш транспорт доставит вас прямо до верхней точки, а экскурсоводы проведут для вас незабываемую пешую экскурсию (3 км) и поведают много историй о заповеднике.</p> <p>Туроператор по Сибири. Саянское кольцо</p>	<p>Столбы – сердце города, его легкие и его душа (= достопримечательность).</p> <p>Здесь активный отдых.</p> <p>Проводятся экскурсии.</p> <p>До 1 Столба 7 км (значит, столб не один, их несколько).</p>	<p>Задача высказывания: описание Столбов. Текст содержит сенсорные оценки, т.е. те, что связаны с ощущениями, чувственным опытом – физическим и психическим, а также рационалистические оценки (текст содержит данные о протяженности Столбов).</p> <p>Представлено аксиологическое значение частного оценочного типа. Оценка эксплицитная, относится к психологической интеллектуальной и эмоциональной категориям, а также к эстетической (красивые места).</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: риторическое восклицание (мы предлагаем экскурсию в заповедник «Столбы»!), вам не придется тратить силы и время, чтобы пройти до 1-го Столба 7 км!), эпитет (яркая, незабываемая), противопоставление, антитеза (яркая – обычная), метафора (сердца города, его легких, его души), анафора (Для тех, кто любит покой или активный отдых, для тех, кто любит открывать новые места и великолепные виды, для тех, кто ищет единения с Природой).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
5.	https://vk.cc/apEUW1	Государственный заповедник «Столбы» – это визитная карточка Красноярска. Ежегодно его посещает более миллиона туристов. В 2019 году был преобразован в национальный парк «Красноярские Столбы». Туристер	Столбы – визитная карточка города. Посещаемость большая. Теперь – национальный парк.	Задача высказывания: описать факт, событие (преобразован в национальный парк, очень посещаем). Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая оценка заповедника Столбы (делается шаг в сторону рационализации, осмысления мотивов оценки). Оценка эксплицитная, нормативная (теперь Столбы – нац. парк, это корректный статус). Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (Столбы – визитная карточка города).

Таблица 3. Внутренний источник: региональные СМИ города Красноярска (10)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
1.	https://vk.c/ap-FCVР	На красноярских «Столбах» мужчина сломал ногу. Об инциденте стало известно от других туристов – они сообщили, что пострадавшему требуется медицинская помощь и эвакуация с территории национального парка. Спасатели нашли мужчину и доставили его на пост с помощью носилок, после чего передали медикам. В конце прошлой недели в национальном парке также пострадала женщина – с травмой ноги её транспортировали до улицы Свердловской. Еще к спасателям по телефону обратились две девушки, которые заблудились в районе скалы «Дикарек». Их удалось сориентировать на местности.	Столбы опасны, можно травмироваться. НО! Действует медпункт, есть спасатели. Есть скала Дикарек.	Задача высказывания: описать факт, событие. Представлена этическая оценка заповедника Столбы. Оценка имплицитная, этическая (нравственный поступок), нормативная (помощь оказана), телеологическая (помощь оказана эффективно, удачно). Реализуется посредством особой формы изложения материала (по модели: человек пострадал – помощь оказана).

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
2.	https://vk.cc/aBygiC	<p>Шёл в заповедник, а попал в национальный парк. Чтобы вычислить того самого, сотрудники еженедельно снимали показания с камер, установленных на входе. 1 декабря счётчик показывал 999.138 человек. «В прошлом году у нас 754 тысячи было человек. Тенденция увеличивается, с каждым годом всё больше у нас посетителей», – отметила сотрудник заповедника «Столбы» Татьяна Юшкова.</p> <p>Туристическая активность – одна из причин, по которой «Столбам» присвоили статус «национальный парк». Пока что гостей встречает табличка с надписью «Природный заповедник», однако национальным парком Столбы стали 4 декабря. А пока идут необходимые юридические преобразования, сотрудники теперь уже национального парка обещают, что изменения для горожан будут только позитивными.</p> <p>Заповедник и национальный парк одинаково важные и особо охраняемые территории с платой за вход. Однако в заповеднике не предусмотрено свободное посещение, разделение на зоны и организация активного отдыха. То есть по факту Столбы лишь сменят название. <u>Останется без изменений и свободных вход – как и прежде, соответствующую субсидию будет выделять правительство.</u></p> <p>«В национальных парках не предусматривается массовая вырубка, дальше идёт обустройство только некапитальной инфраструктуры. То, что сейчас есть – создано предостаточно», – пояснил директор красноярского заповедника «Столбы» Вячеслав Щербаков.</p> <p>На Столбах планируют развивать восточный вход, для этого продлят автобусный маршрут и обустроят инфраструктуру, также на территории может появиться вышка сотовой связи. А пока идёт ребрендинг, горожане начинают привыкать к новому названию – национальный парк «Красноярские Столбы».</p> <p>Елизавета Зюзя 5 декабр 2019 г.</p>	<p>Есть камеры наблюдения (= безопасность).</p> <p>Большая посещаемость.</p> <p>Вход бесплатен (=доступность).</p> <p>Столбы совершенствуются (На Столбах планируют развивать восточный вход, для этого продлят автобусный маршрут и обустроят инфраструктуру, также на территории может появиться вышка сотовой связи).</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая оценка заповедника Столбы (делается шаг в сторону рационализации, осмысления мотивов оценки). Оценка эксплицитная, нормативная (теперь Столбы – нац. парк, это корректный статус). Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: стратегия умолчания (чтобы вычислить того самого...), персонификация (пока что гостей встречает табличка..., идут необходимые туристические преобразования), включение заимствований (ребрендинг).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
3.	https://vk.com/a89D8v	<p>Красноярские "Столбы" теперь не заповедник, а национальный парк – соответствующее постановление подписал Глава Правительства России Дмитрий Медведев. Эксперты считают, смена статуса – необходимость, территорию заказника посещают 750 тысяч туристов ежегодно, что запрещено законом. В заповедниках допускают только ограниченное число познавательных туров. Среди других причин – на "Столбах" есть зонирование, а также ведется работа по развитию физической культуры и спорта, что не соответствует заповедной концепции. <u>Фактически "Столбы" уже много лет работают как национальный парк, однако в новом статусе вход на территорию должен быть платным.</u> Напомним, ранее Александр Усс направил письмо министру природных ресурсов и экологии России с просьбой сохранить доступ на Столбы безвозмездным</p> <p>Вести Красноярск</p>	<p>Столбы – заповедник и национальный парк.</p> <p>Большая посещаемость.</p> <p>На Столбах ведется работа по развитию физической культуры и спорта.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие (преобразован в национальный парк, очень посещаем).</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая оценка заповедника Столбы (делается шаг в сторону рационализации, осмысления мотивов оценки). Оценка эксплицитная, нормативная (теперь Столбы – нац. парк, это корректный, правильный статус) и теологическая (целесообразно переименовать из заповедника в нац парк). Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: ???</p>
4.	https://vk.com/a6kte9	<p>Вчера стало известно, что Дмитрий Медведев подписал постановление о переводе «Столбов» <u>из заповедника в национальный парк.</u> Документ должен утвердить границы территории площадью в 47 219 га. Национальный парк будет курировать министерство природных ресурсов и экологии России.</p> <p>Мы попросили администрацию «Столбов» прокомментировать ситуацию и рассказать, что же изменится для обычных посетителей. Там поясняют, что фактически кроме названия ничего не изменится. <u>Вход на территорию как был, так и остается бесплатным.</u></p> <p>– Эта договоренность уже давно подписана. Да, во всех заповедниках и национальных парках обязали ввести по постановлению правительства платный вход. ...</p>	<p>Площадь Столбов огромна.</p> <p>Бесплатный вход.</p> <p>Есть контролируемые правила посещения.</p> <p>Запрещено: прогулка с собаками, на велосипедах. Костры разводить запрещено.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлена психологическая оценка заповедника Столбы. Оценка эксплицитная, нормативная, утилитарная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: противопоставление (Раньше это был экскурсионный район, а сейчас – рекреационная зона), метафора (заповедное ядро).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
5.	https://vk.cc/aPgfUT	<p>Столбы – это наша визитная карточка. Но популярность заповедника растёт с огромной скоростью, а инфраструктура за народной любовью просто не успевает.</p> <p>Чиновники задумались, как сделать Столбы ещё лучше. Новые тропы и даже канатная дорога! 😊 Как вам?</p> <p>В Заксобрании Красноярского края обсудили концепцию развития заповедника «Столбы».</p> <p>Всё дело в том, что посещаемость заповедника постоянно растёт. Если пять лет назад «Столбы» посетили 400 тысяч человек, то в 2018 году уже 750 тысяч: «По выходным на центральном входе собирается пробка, шестикилометровый подъем напоминает человеческую реку. Не хватает сопутствующей инфраструктуры, недостаточно сил и средств на восстановление».</p> <p>Авторы концепции выделили четыре задачи. Первая – развитие инфраструктуры заповедника. Для ее решения планируется обустроить 67 километров пешеходных троп, в том числе для маломобильных граждан, разработать единую навигацию, а также обеспечить устойчивую сотовую связь в туристической зоне.</p> <p>Для снижения нагрузки на центральный вход планируется перенести часть потока посетителей на вход «Восточный». Для этого предлагается продление автобусного маршрута, строительство разворотного круга, остановки, парковки для личного транспорта.</p> <p>Проблему транспортной доступности предлагается решить продлением маршрута городской электрички и даже строительством канатной дороги стоимостью два миллиарда рублей, – отметила руководитель агентства туризма края Юлия Верхушина. Длина канатной дороги составит около 4 км.</p> <p>Правда, эту перспективу она считает долгосрочной, «но переговоры с инвесторами как этого, так и других проектов, ведутся».</p> <p>Сколько понадобится затрат, чтобы реализовать всё задуманное, в агентстве туризма пока не знают.</p>	<p>Столбы – визитная карточка города.</p> <p>Там есть тропы.</p> <p>Ведётся уход за национальным парком, планируется усовершенствование.</p> <p>Большая посещаемость, особенно по выходным.</p> <p>Столбы доступны даже маломобильным гражданам.</p> <p>Заповедник делится по зонам: туристическая, заповедная.</p> <p>Усовершенствование: разработать единую навигацию, а также обеспечить устойчивую сотовую связь в туристической зоне.</p> <p>Есть городская электричка, автобус, парковки для личного транспорта – добраться до них проблемы нет.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие (в ЗС обсуждают концепцию развития заповедника).</p> <p>Представлено аксиологическое значение частного оценочного типа, а именно – телеологическая (эффективные и целесообразные задачи).</p> <p>Оценка эксплицитная, нормативная (есть проблема, ее надо решать – корректный подход властей), утилитарная (вход бесплатный– благоприятно для туристов).</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: противопоставление (Раньше это был экскурсионный район, а сейчас – рекреационная зона), метафора (заповедное ядро).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
6.	https://www.prima-tv.ru/new/society/53870-na-stolba-kh-orudu-yut-avto-mobilnye-vorishki/	<p>На «Столбах» орудуют автомобильные воришки, только с начала года уже 3 случая взлома авто на парковках у национального парка, и это только по официальным данным полиции. Пока одни горожане наслаждаются природой, другие разбивают стекла и воруют ценные вещи. Мы встретились с одним из пострадавших, он уверен, ситуацию не спасёт даже камера видеонаблюдения. Поможет только небезразличие городских властей.</p> <p>Стекло мужчина заменил, а вот осадок от такого активного отдыха остался. Машина пострадавшего стояла на бесплатной парковке через дорогу от Центрального входа на «Столбы», других мест просто не было. Даже платная стоянка у «Роева ручья» была забита, уверяет мужчина. Многие туристы вынуждены бросать авто прямо на Свердловской.</p> <p>О краже Максим написал в сети, оказалось, он не первая жертва столбовских воришек, машины вскрывали всегда, если ничего не находили – снимали колёса. И даже угоняли авто, уверяет молодой человек. Просто в последнее время об этом стали чаще говорить.</p> <p>Первая мысль пострадавших – обвинить в произволе руководство «Столбов». Только вот парковки к парку не относятся. У инспекторов даже нет полномочий задерживать подозреваемых.</p> <p>Иван Кириллов, заместитель директора национального парка «Красноярские Столбы»: – Данные случаи происходят на постоянной основе, от данной территории ещё до заповедника 2 километра, брелочки, сигнализации не срабатывают, в наших задачах не стоит обеспечение безопасности граждан и их имущества, проблему решило бы на наш взгляд какая-то охрана, органов полиции совместно с представителями администрации.</p> <p>В полицию пострадавший видеограф не обращался, но там заверили, с начала года было уже 3 заявления от обворованных водителей.</p> <p>Екатерина Росицкая: – По всем фактам возбуждены уголовные дела. Сказать о том, что это всплеск краж здесь не приходится. Так как цифра примерно одинаковая каждый год. Сотрудники полиции обращаются к автолюбителям в первую очередь: не оставлять в машинах ценные вещи, а также, по возможности, пользоваться специально оборудованными парковками)) ...</p>	<p>На Столбах орудуют воры.</p> <p>У Столбов есть бесплатная парковка, есть платная (вся забита при свободной бесплатной).</p> <p>Мест на парковках нет – много посетителей.</p> <p>Ситуация решается.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие. Представлены психологические утилитарные (пока что условия не самые благоприятные для того, чтобы оставлять в машине ценные вещи) и эмоциональные (неприятная ситуация). Оценка имплицитная, нормативная (есть проблема, ее надо решать – корректный подход), утилитарная (есть платные парковки – благоприятно, но они забиты – не очень благоприятно). Реализуется посредством следующих лингвистических средств: трансформация прецедентного текста (Стекло мужчина заменил, а вот осадок от такого активного отдыха остался. – Ложки-то нашлись, а осадок остался!).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
7.	https://vk.com/a89D8v	<p>50 рублей. Именно столько должен стоить вход в теперь уже национальный парк «Столбы».</p> <p>Но платить люди не будут, планируется, что все будет компенсировать бюджет. Дело в том, что необходимость взимания платы за вход прописана в законе о нацпарках. И ее размер устанавливает само учреждение. Но власти хорошо понимают, что если перед входом на «Столбы» появится турникет и касса, это вызовет бурю негодования. Кроме того, пока переход в статус национального парка документально не оформлен, все в любом случае останется без изменений.</p> <p>Виталий Дроздов, заместитель председателя Общественного совета «Красноярских Столбов»:</p> <p>– Даже если бы заповедник по злему какому-то умыслу захотел бы уже ввести эту плату, пользуясь статусом нацпарка, все равно бы этого не смог сделать. Но такого желания у заповедника точно нет. В ближайшее время останется все по-прежнему бесплатно. Надеюсь, за это время мы придумаем, как сделать, чтобы это осталось не только на ближайшее время, но и на будущее тоже.</p> <p>Прима Красноярск</p>	Бесплатный вход.	<p>Задача высказывания: описать факт, событие (вход в национальный парк должен быть платным, но останется бесплатным).</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – эмоциональные (приятно, что вход останется бесплатным), этические (людям не придется платить, добродетель).</p> <p>Оценка эксплицитная, нормативная (правильней оставить вход бесплатным), утилитарная (благоприятно для многих иметь возможность бесплатного посещения Столбов).</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: парцелляция (50 рублей. Именно столько должен стоить вход в теперь уже национальный парк «Столбы»), метонимия (Даже если бы заповедник по злему какому-то умыслу захотел бы уже ввести эту плату, пользуясь статусом нацпарка, все равно бы этого не смог сделать. Но такого желания у заповедника точно нет. – Руководство заповедника).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)


№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
8.	https://tvk6.ru/publications/new/46833/	<p>В красноярском заповеднике «Столбы» предложили возвести 4-километровую канатную дорогу за 2 млрд руб.</p> <p>По мнению чиновников, такой объект может привлечь в город больше туристов и повысит доступность заповедника.</p> <p>Концепцию развития заповедной зоны обсуждали 20 ноября в Заксобрании края.</p> <p>По данным главы краевого агентства по туризму Юлии Верхушиной, посещаемость «Столбов» постоянно растет. За последние 5 лет приток туристов вырос в 2 раза – в 2018 г. заповедник посетили около 800 тыс. человек. Поэтому одна из главных достопримечательностей Красноярска нуждается в глобальном обновлении, считают в агентстве по туризму.</p> <p><i>В рамках новой концепции развития планируется создать крупную туристско-рекреационную зону, куда будут входить: заповедник «Столбы», фан-парк «Бобровый лог», парк флоры и фауны «Роев ручей», ботанический сад им. Крутовского, Торгашинский хребет, Гремячую гриву и Дивногорск.</i></p> <p>Чтобы притворить в жизнь такие глобальные планы, помимо возведения канатной дороги, придется обустроить 67 км пешеходных троп, разработать единую навигацию, продлить маршрут городской электрички, а также обеспечить устойчивуютовую связь на территории всей туристической зоны.</p> <p>По данным авторов концепции, на строительство фуникулера может потребоваться порядка 2 млрд руб. Сумму, во сколько обойдется весь проект, пока не называют. Но при правильном применении средств, впоследствии они начнут приносить доходы в бюджет, уверены депутаты.</p> <p>ТВК Красноярск</p>	<p>Происходит усовершенствование.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – эмоциональные (приятно, что столбы совершенствуют и делают удобнее для посещения), этические (добрые дела).</p> <p>Оценка эксплицитная, психологическая эмоциональная (желанные усовершенствования), утилитарная (благоприятно для Столбов) и этическая (совершаются добрые дела).</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: гипербола (глобальные планы, глобальное направление).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
9.	https://www.prima-tv.ru/new/society/53690-turisticicheskiy-centr-na-stolbakh-zakryt-na-prazdniki/	<p>Туристический и сервисный центры на Столбах будут закрыты в новогодние каникулы. Красноярцы возмутились графиком их работы на праздниках, который появился на сайте национального парка.</p> <p>30, 31 декабря, а так же с первого по третье, и с шестого по десятое января, объявлены выходными. На официальной странице Столбов под объявлением появились вот такие комментарии: «очень, очень жаль, что центр не будет работать в самые нужные дни... Печально!» Или «Люди в праздничные дни пойдут погулять, отдохнуть от города, а погреться негде!». Туристический и сервисный центры «Перевал» строились, чтобы посетители природного парка могли получить информацию о маршрутах, купить сувениры, воспользоваться комнатой матери и ребенка. При этом, пост спасателей и пункт медицинской помощи на «Перевале» будут работать ежедневно. В администрации нац. парка говорят, их сотрудники тоже должны отдыхать</p> <p>Татьяна Юшкова, зам. директора нац. парка «Красноярские Столбы»: – Рабочими днями будут только 4 и 5 января, это связано с тем, дни января – это праздничные дни и у сотрудников у наших тоже выходные.</p> <p>Прима</p>	<p>Есть праздники, когда Столбы закрыты для посещения.</p> <p>Туристический и сервисный центры «Перевал» строились, чтобы посетители природного парка могли получить информацию о маршрутах, купить сувениры, воспользоваться комнатой матери и ребенка. При этом, пост спасателей и пункт медицинской помощи на «Перевале» будут работать ежедневно.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного оценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная (посетители хотели бы прогуляться в праздники, имея возможность погреться). Имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: цитирование («очень, очень жаль, что центр не будет работать в самые нужные дни... Печально!», «Люди в праздничные дни пойдут погулять, отдохнуть от города, а погреться негде!»).</p>
10.	https://gorodprim.ru/2019/09/19/1-oktyabr-ya-do-skal-na-stolbax-pojdut-avtobusy/	<p>1 ОКТЯБРЯ ДО СКАЛ НА СТОЛБАХ ПОЙДУТ АВТОБУСЫ</p> <p>Передайте эту информацию знакомым и близким в возрасте. Родителей, бабушек и дедушек, которым тяжело пройти 7 км до скал на Столбах, доведут до красоты на автобусе. 1 октября, в День пожилого человека, в заповеднике «Столбы» пройдет акция «До Столбов – один шаг».</p> <p>Прима</p>	<p>Пешком 7 км.</p> <p>Но если трудно – есть транспорт.</p> <p>В день пожилого человека проводится акция «До Столбов – один шаг».</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие. Представлена имплицитная, психологическая эмоциональная (радостная новость), этическая (нравственно, добродетельно).</p> <p>Реализуется посредством метафоры.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

Таблица 4. Внешний источник: федеральные каналы (10)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
1.	https://vk.com/apFZ9B	В Красноярском крае временно закрывают для посетителей заповедник «Столбы». Там на туристической тропе все чаще можно столкнуться с медведями. Такая же проблема и на Амуре. Почему хищники выходят к людям? Телеканал Россия1	Есть туристическая тропа. Есть медведи.	Задача высказывания: описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа. Оценка эксплицитная, психологическая эмоциональная (новость грустная, но руководство Столбов заботится о безопасности посетителей), этическая (нравственно, добродетельно). Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: риторический вопрос (почему хищники выходят к людям?).
2.	https://vk.com/apG1W2	День Победы празднуют несмотря ни на что! Непогода и снег не помешали установить знамя победы в честь праздника героев и мира на Земле прямо на вершине скалы «Ермак» государственного сибирского заповедника «Столбы». Флаг Победы развернули участники традиционных соревнований по спортивному туризму на спелеодистанциях, посвященных 9 мая. Телеканал Россия1	Скала Ермак. На Столбах можно отметить даже День Победы. Столбы – сибирский заповедник.	Задача высказывания: описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная (приятно, что день победы можно праздновать на столбах), этическая (нравственно, добродетельно). Имплицитная (коннотация с днем победы) Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: риторическое восклицание (День Победы празднуют несмотря ни на что!).
3.	https://vk.com/apG47V	В заповеднике «Красноярские столбы» обитает 9 видов сов  Как живут эти загадочные птицы? Рассказываем в сюжете программы Доброе утро Первый канал	В заповеднике «Красноярские столбы» обитает 9 видов сов.	Задача высказывания: описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая интеллектуальная (это интересно узнать). Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: риторический вопрос (как живут эти загадочные птицы?), эпитет (загадочные птицы).

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
4.	https://vk.com/apG5cQ	<p>90 лет назад был основан знаменитый заповедник «Красноярские Столбы»!</p> <p>Это настоящая жемчужина России. Заповедник славится скалами–утёсами причудливой формы. Люди даже придумали им имена: «Дед», «Бабка», «Львиные ворота», «Перья»... Смотрите на сайте: http://www.1tv.ru/projects/utro_video/si33/p96482/pg1 Первый канал</p>	<p>У Столбов есть день рождения.</p> <p>Столбы –жемчужина России.</p> <p>Названия скал: Дед, Бабка, Львиные ворота, Перья.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – эмоциональная оценка (день рождения столбов – радостное событие).</p> <p>Оценка эксплицитная, психологическая интеллектуальная (познавательная, интересно).</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: риторическое восклицание, метафора (заповедник – жемчужина), эпитеты (причудливые формы).</p>
5.	https://vk.com/apG7ch	<p>Красноярский заповедник "Столбы" закрыт из-за пожаров</p> <p>На данный момент в заповеднике, который называют жемчужиной Сибири, зафиксировано 2 очага и справиться с огнем пока не удастся. Правоохранительные органы, тем временем, выясняют, почему вспыхнул лес. Возможно, виновата жара, а возможно, и человек. Среди версий – непотушенная сигарета и даже поджог.</p> <p>В Красноярском заповеднике "Столбы" вода сейчас на вес золота. Вокруг горит лес. Ближайший водоем в 2 километрах. В гору по бурелому – 4 часа ходьбы.</p> <p>Основное оружие пожарных – лопата, пила, ранцевый огнетушитель и воздуходув. С двумя очагами огня в туристической зоне пока пытаются справиться сотрудники заповедника...</p>	<p>На Столбах пожары.</p> <p>Столбы – жемчужина Сибири.</p> <p>Столбы – охраняемая территория.</p> <p>На Столбах есть тропы.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная оценка (пожар – грустно, не пускают на столбы – ответственно).</p> <p>Оценка эксплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (жемчужина Сибири), гипербола (на вес золота), персонификация (огонь подобрался, ветер дул).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
6.	https://vk.com/ntv?w=wall_28658784_7626038	<p>Красноярские альпинисты исполнили мечту 12-летнего мальчика с ДЦП. Толя Катцин давно мечтал покорить горы, и скалолазы взяли его в очередной поход на Красноярские Столбы. Подъем был чрезвычайно трудным, но цель того стоила.</p> <p>НТВ</p>	<p>Столбы могут быть чьей-то мечтой.</p> <p>Трудно подняться, но всё возможно.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная оценка (радостное событие).</p> <p>Оценка эксплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: гиперболизация (чрезвычайно трудный).</p> <p>Выражение: давно мечтал покорить горы</p>
7.	https://vk.com/rentvchannel?w=wall_26493942_2577959	<p>Доброе утро! 93 года назад был основан заповедник "Столбы" в Красноярском крае. «Столбы» посещают для активного отдыха и занятия спортом. За это время возник и сформировался столбизм. Основная достопримечательность заповедника – скалы. Свои названия имеют не только скальные массивы, но и некоторые крупные камни.</p> <p>РЕН ТВ</p>	<p>На Столбах активный отдых и занятия спортом.</p> <p>Есть скалы.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная оценка (радостное событие) и интеллектуальная (познавательная).</p> <p>Оценка эксплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: диалогичность и риторический вопрос (Доброе утро!)</p>
8.	https://ren.tv/news/v-rossii/125758-shkolnitsa-skonchalas-ot-travmy-krasnoiarском-крае	<p>Главное следственное управление СК РФ по Красноярскому краю начало доследственную проверку по факту гибели школьницы на территории заповедника Столбы, сообщают в Следственном комитете.</p> <p>По предварительным данным, группа школьников в сопровождении учителя отправилась 10 сентября в поход на территорию заповедника Столбы. ...</p>	<p>На Столбы ходят классами.</p> <p>Есть Второй столб, его высота – 25 метров.</p> <p>Можно упасть, нет ограждений. На Столбах гибнут люди.</p>	<p>Задача высказывания: описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная оценка (печальное событие) и интеллектуальная (об этом нужно знать).</p> <p>Оценка положительная имплицитная.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
9.	https://vk.com/ria?w=wall-15755094_25656562	30 июня 1925 года близ Красноярска основан государственный природный заповедник "Столбы" – жемчужина сибирской природы. РИА НОВОСТИ	У Столбов есть день рождения. Столбы –жемчужина Сибири.	Задача высказывания: описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная оценка (радостное событие) и интеллектуальная (познавательная). Оценка эксплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (столбы – жемчужина сибирской природы).
10.	https://vk.com/russia24novosti?w=wall-62623421_73326	Обязательно нужно увидеть каждому! Хочу туда! Путешествуй по своей стране! Красноярский заповедник "СТОЛБЫ" Россия 24: ФЕДЕРАЛЬНЫЕ НОВОСТИ	Столбы – место, где должен побывать каждый.	Задача высказывания: описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная оценка (Обязательно нужно там побывать). Оценка эксплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: риторические восклицания (обязательно нужно увидеть каждому!).

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Медиатексты о Сибирском федеральном университете

Таблица 1. Внутренний источник: официальный сайт (5)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Тип аксиологиче- ского значения. Языковые сред- ства
1.	http://news.sfu-kras.ru/node/24101	<p>Молодые учёные СФУ получают стипендии Президента РФ</p> <p>В 2021 году стипендиатами стали трое представителей Сибирского федерального университета:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Евгения Михиенкова, преподаватель Института нефти и газа. Тема научного исследования: «Разработка наномодифицированных буровых растворов нового поколения для строительства скважин в сложных горно–геологических условиях Восточной Сибири»; • Дмитрий Платонов, младший научный сотрудник департамента науки и инновационной деятельности СФУ. Тема научного исследования: «Фундаментальные исследования в области разработки гидротурбин нового типа с переменной частотой вращения для объектов малой гидроэнергетики Красноярского края». • Анастасия Сафонова, руководитель лаборатории глубокого обучения. Тема научного исследования: «Разработка программного обеспечения автоматического дешифрования растительности по данным БПЛА на основе глубоких нейронных сетей». <p>Итоги конкурса были подведены в декабре 2020 года Министерством науки и высшего образования России совместно с Советом по грантам Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых и по государственной поддержке ведущих научных школ Российской Федерации...</p>	<p>Студенты СФУ имеют возможность получения высокой стипендии</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частногоочечного типа, а именно – телеологическая оценка описанного факта (указаны успехи стипендиатов – студентов СФУ). Частично реализуется посредством метонимии (стипендия Президента). Оценка имплицитная.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Тип аксиологического значения. Языковые средства
2.	http://news.sfu-kras.ru/node/24057	<p>Молодые учёные СФУ стали обладателями грантов Президента РФ</p> <p><i>Два проекта СФУ стали победителями конкурса 2021 года на право получения грантов Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских учёных – кандидатов наук.</i></p> <p>Так, поддержку получили проекты кандидатов наук СФУ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Александр Бинчуров, ПИ, проект «Конструирование, оптимизация составов и технологий изготовления наноструктурированных твёрдосплавных композиций на основе карбида вольфрама полученных из бимодальных порошковых смесей»; • Прасковья Павлова, ИНиГ, проект «Разработка фундаментальных основ создания скважинного устройства для получения сверхкритического флюида с целью увеличения нефтеотдачи пласта». 	<p>В СФУ есть возможность карьерного и личностного роста: проекты кандидатов наук получают поддержку в виде грантов</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного оценочного типа, а именно – телеологическая оценка описанного факта (указаны успехи стипендиатов – студентов СФУ). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метонимия (грант Президента; два проекта стали победителями конкурса на грант; поддержку получили проекты).</p>
3.	http://news.sfu-kras.ru/node/23024	<p>ИФиЯК выиграл грант для продвижения бренда Енисейской Сибири</p> <p><i>Проект Института филологии и языковой коммуникации СФУ «Разработка медиаконтента по продвижению культурно–исторического и научного потенциала Енисейской Сибири» стал победителем грантового конкурса Красноярского краевого фонда науки. Грант будет реализован кафедрой журналистики и литературоведения и учебно–производственной лабораторией «ТВ СФУ» совместно с телекомпанией «7 канал Красноярск». ... Отметим, работы по намеченному плану уже начались. На «7 канале» и в социальных сетях ТВ СФУ в эфир вышли уже семь выпусков совместного просветительского телепроекта «Популярная наука»...</i></p>	<p>СФУ выиграл грант СФУ имеет свою медиаплощадку, которая выходит на более высокий уровень функционирования посредством коллаборации с региональными СМИ</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлена телеологическая оценка описанного факта (указаны успехи стипендиатов – студентов СФУ). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метонимия, метафора.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Тип аксиологического значения. Языковые средства
4.	https://news.sfu-kras.ru/node/24129	<p>Льготные программы лечения и оздоровления для сотрудников СФУ <i>Студенческий санаторий–профилакторий Сибирского федерального университета, оказывающий комплекс медицинских услуг, приглашает сотрудников на программы оздоровления и лечения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • физиотерапия: магнитотерапия, электро-терапия (электрофорез, ДДТ, СМТ, УВЧ, дарсонвализация), ультразвуковая терапия, лазерная терапия, светолечение (УФО, кварц), ингаляции через небулайзер с лекарственными препаратами; • механический массаж (массажное кресло, массаж стоп); • ручной классический массаж; • многофункциональная кровать–массажёр Nuga Best; • фитобочка с лечебными бальзамами; • инфракрасная сауна; • галотерапия; • подводный душ–массаж, души (Шарко, циркулярный); • солярий. <p>Для сотрудников предусмотрены скидки на санаторно–курортные услуги.</p>	<p>В СФУ есть льготные программы для сотрудников СФУ.</p> <p>В СФУ есть студенческий профилакторий.</p> <p>Для сотрудников предусмотрены скидки на санаторно–курортные услуги.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного типа, а именно – утилитарная оценка описанного факта (указаны полезность льготных программ). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метонимия (профилакторий приглашает и оказывает комплекс медицинских услуг).</p>
5.	https://news.sfu-kras.ru/node/24130	<p>#SmallTalk: о молодых и для молодых <i>В официальном Telegram– канале Сибирского федерального университета <u>стартует</u> новый медийный проект #SmallTalk, в котором молодые учёные рассказывают о себе и своём пути в науку.</i></p> <p>По словам проректора по информационной политике Евгении Туртапкиной, #SmallTalk – это попытка рассказать про науку через личность учёного: «У нас в университете очень много талантливых молодых учёных. Мы знаем, кандидатами каких наук они являются, лауреатами каких премий и получателями каких грантов становятся. Но каких трудов им это стоит, что ими движет, что они любят и чем интересуются – про это мы никогда их не спрашивали. #SmallTalk – это небольшие тезисы, буллиты. Обо всем на свете. ...»</p>	<p>У СФУ есть телеграм канал.</p> <p>В телеграм канале СФУ запущен медийный проект, где молодые ученые пишут о своем пути в науку.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлена телеологическая оценка описанного факта (запущен медиапроект). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: персонификация (стартует проект), парцелляция («обо всем на свете»).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Таблица 2. Внутренний источник: Telegram–канал СФУ (5)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
1.	https://t.me/s/SibFUofficial	<p>Все хорошее происходит, как известно, не у нас. А если у нас – мы или не знаем, или не верим.</p> <p>Главный шеф–повар русского YouTube Василий Емельяненко (1,7 млн. подписчиков) с придыханием рассказывает, что в Красноярске случилась история космической крутизны. Это он про кафедру Поля Бокюза в Институте гастрономии СФУ – единственную в России высшую школу шеф–поваров. Ни в Москве, ни в Питере ничего такого нет: <i>«Это самый важный выпуск на моем канале!!!»</i> – заметно волнуясь, анонсирует Василий экскурсию.</p> <p>Если вы не абитуриент с горящим взором, то может, и не залипнете на 50–минутную проходку с отцом–основателем Алексеем Горенским. Поэтому пара фактов: учатся на шефа четыре полноценные года. Выпускник получает два диплома: российский и европейский (французский) – привет, глобальный мир! а стоит учеба примерно всемеро дешевле, чем в бокюзовском институте в самой Франции.</p> <p>Горенский + СФУ = сила!</p>	<p>Василий Емельяненко в восторге от кафедры Поля Бокюза в Институте гастрономии СФУ: исключительность кафедры.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая оценка описанного факта (и интеллектуальная, и эмоциональная).</p> <p>Оценка эксплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: гипербола (с предыханием рассказывает; самый важный выпуск, в Красноярске случилась история космической крутизны), риторическое восклицание (...на моем канале!!!), метафора (абитуриент с горящим взором), графическое представление мысли (Горенский+СФУ=сила!). Характерно использование сленговой лексики: залипнете.</p>
2.	https://t.me/s/SibFUofficial	<p>#рейтинги</p> <p>В Национальном рейтинге университетов (группа "Интерфакс") мы вошли в топ–20 лучших российских университетов, реализующих образовательные программы по направлению «Государственное и муниципальное управление».</p>	<p>СФУ входит в топ–20 лучших российских университетов в рамках подготовки управленцев.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлена телеологическая имплицитная оценка.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: перефразы (мы – СФУ), метонимия (университеты разрабатывают образовательную программу).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
3.	https://t.me/s/SibFUofficial	<p>На Рождественском турнире, первых Всероссийских соревнованиях 2021 года по скалолазанию, студенты Института физической культуры, спорта и туризма завоевали сразу три золотых медали!</p> <p>☞ Семен Овчинников стал чемпионом в дисциплинах «трудность» и «боулдеринг»,</p> <p>☞ Полина Кулагина – в дисциплине «скорость».</p>	<p>Студенты ИФКСиТ занимают первые места на Всероссийских соревнованиях по скалолазанию.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частно-оценочного типа, а именно – телеологическая оценка описанного факта.</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: риторическое восклицание, гипербола (завоевали).</p>
4.	https://t.me/s/SibFUofficial	<p>Сегодня, 13 января, в России отмечается День печати. Всех причастных с праздником! Особенно редакцию газет СФУ. Они почти в полном составе на этом фото. Обычно вы их не видите. Такие вот бойцы невидимого фронта. Но сегодня мы обязаны их вам показать!</p> <p>СФУ издаёт 2 газеты, обе становились лауреатами и победителями различных профессиональных и отраслевых конкурсов: федерального «PRO–образование», межрегиональных «Сибирь – территория надежд» и «Енисей РФ» и др. Так, в 2020 году в краевом конкурсе «Красноярские перья» газета «Сибирский форум. Интеллектуальный диалог» была названа лучшим изданием края.</p>	<p>СФУ имеет свою 2 газеты. Издательство СФУ участвует в конкурсах, где занимает почетные места.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частно-оценочного типа, а именно – психологическая оценка описанного факта (интеллектуальная и эмоциональная).</p> <p>Оценка эксплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: риторическое восклицание, парцелляция (Особенно редакцию газет СФУ. Они почти в полном составе на этом фото. Обычно вы их не видите. Такие вот бойцы невидимого фронта.), метонимия (СФУ издает 2 газеты).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
5.	https://t.me/s/SibFUofficial	<p><u>#курсовая</u></p> <p>Да что вы знаете про ГИБДД? Если встречались с представителями структуры только на дороге и даже не посетили музей. Настоящий музей ГАИ–ГИБДД с номерами машин из прошлого века и раритетным «москвичёнком», на котором преследовали нарушителей.</p> <p>Шестеро студентов нашего Гуманитарного института знают про ГИБДД всё! Они не просто побывали в музее ГАИ–ГИБДД, но и сделали <u>виртуальный тур</u> по музею. Все они обучаются на направлении «Прикладная информатика», и тур по музею стал их курсовой работой. Причём сделан он был за рекордные 7 дней (<i>не исключено, что за 6, а на седьмой день они просто отдыхали, смотрели тур и говорили, что «Это хорошо!»</i>). В общем, смотрите и изучайте сами. И не забудьте посидеть за рулём того самого «москвичёнка»... Почувствуйте уже себя героем 😊😊</p>	<p>Студенты СФУ создают виртуальные туры в виде курсового проекта. В процессе обучения в СФУ много интересных возможностей, в частности, таких актуальных, как использование виртуальной реальности.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частно-оценочного типа, а именно – телеологическая оценка описанного факта. Оценка эксплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: риторический вопрос, риторическое восклицание, персонификация (тур стал курсовой работой).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Таблица 3. Внутренний источник: региональные СМИ города Красноярска (10)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
1.	http://www.vesti-krasnoyarsk.ru/news/obshchestvo/post-26759/	<p>Выпускные работы студентов СФУ продаются в интернете</p> <p>Спустя 4 года после получения диплома Кристина случайно обнаружила, что её выпускная работа продаётся в интернете. Название, оглавление и актуальность – слово в слово. Ошибка только в одном – год написания 2016, а не 2017, как указано на сайте.</p> <p>Её бывшие одноклассники тоже нашли свои работы. Оказалось, что на этом сайте продают тысячи материалов выпускников Сибирского федерального университета. И далеко не всем эта ситуация показалась забавной. Некоторые студенты написали жалобы в адрес руководства учебного заведения. ВУЗ намерен обратиться в полицию:</p> <p><i>«Считаем подобную деятельность противоправной и намерены направить соответствующие запросы в правоохранительные органы, а также Роскомнадзор, с тем, чтобы ресурс был заблокирован».</i></p> <p>Тема быстро набрала популярность в социальных сетях, и оказалось, что с проблемой столкнулись и за пределами Красноярского края. В Сибирском федеральном университете нам пояснили, что каждый ВУЗ по закону должен публиковать работы выпускников в открытый доступ. Это делают для того, чтобы повышать качество образования и исключить возможность плагиата. И все работы в полном объёме можно посмотреть на сайте.</p> <p>Получается, что даже если продажа на этом «сайте помощи студентам» законна и вам действительно придёт текст диплома, такая помощь больше похожа на медвежью услугу.</p> <p style="text-align: right;">ВестиКрасноярск</p>	<p>Выпускные работы СФУ законным способом размещаются на сайте вуза после защиты.</p> <p>Работы студентов незаконно продаются на сторонних сайтах.</p> <p>Руководство вуза намеренно отстоять авторское право своих выпускников при помощи судебного разбирательства.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – этическая оценка описанного факта.</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метонимия (ВУЗ намерен обратиться в полицию).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
2.	http://www.vesti-krasnoyarsk.ru/news/nayka/post-25291/	<p>ВОССТАНОВЛЕНИЕМ ЭКОСИСТЕМ ПОСЛЕ РАЗЛИВА ТОПЛИВА В АРКТИКЕ ЗАЙМУТСЯ УЧЁНЫЕ СФУ</p> <p>Восстановлением экосистем Арктики в месте разлива топлива Норильской ТЭЦ–3 займутся учёные СФУ. Напомним, в конце мая на предприятии произошёл разлив нефтепродуктов. На этой неделе экспедиция из экологов, орнитологов и биологов отправится на место техногенной катастрофы. Специалистам предстоит сделать немало анализов и взять пробы, чтобы сделать выводы о ситуации. Исследования будут длиться несколько лет.</p>	<p>Деятельность ученых СФУ не ограничивается стенами вуза – исследователи решают глобальные, мировые проблемы.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – утилитарная оценка описанного факта (описывается достижение определенной цели, полезная деятельность).</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метонимия (экспедиция отправится).</p>
3.	http://www.vesti-krasnoyarsk.ru/news/kyltyra/post-24814/	<p>ВЫПУСКНИЦА СФУ СОЗДАЛА ВИРТУАЛЬНЫЕ ЭКСКУРСИИ ПО КРАСНОЯРСКИМ МУЗЕЯМ</p> <p>Выпускница Сибирского федерального университета создала виртуальные экскурсии по красноярским музеям. Цель – показать культурное богатство и наследие региона, а также раскрыть его туристический потенциал. Проект «Красноярск 360°. История и культура» включает пять виртуальных туров: музей–усадьба Сурикова, «Площадь Мира», музей Астафьева, «Енисей–кино» и библиотека–музей Астафьева в Овсянке. В будущем студентка планирует сделать подобный проект, но уже с пейзажами сибирской природы.</p>	<p>Выпускники СФУ применяют полученные знания на благо города – появляются виртуальные туры по музеям города и края.</p> <p>В Красноярске есть как минимум пять культурных объектов: музей–усадьба Сурикова, «Площадь Мира», музей Астафьева, «Енисей–кино» и библиотека–музей Астафьева в Овсянке.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – утилитарная оценка описанного факта (полезная деятельность).</p> <p>Оценка эксплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (богатство и наследие региона).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
4.	https://ngs24.ru/text/realty/2021/01/05/69680006/	<p>В Студгородке в доме для преподавателей СФУ продают пентхаус за 24 млн рублей</p> <p>В квартире сделан дизайнерский ремонт и есть огромная терраса</p> <p>Дом на Борисова, 28 в Студгородке был построен в 2011 году для преподавателей СФУ. Застройщиком на тот момент, <u>говорится в объявлении и еще нескольких источниках</u>, был сам университет. Рядом с ним в микрорайоне на берегу Енисея и неподалеку от ЖК «Орбита» находятся две «свечки», возведенные к 2017 году, <u>также для сотрудников СФУ</u>.</p> <p>Согласно объявлению, необычно большая квартира для этого дома занимает 14-й и 15-й этажи. Общая площадь объекта – больше 330 квадратов. Сюда же входит огромная терраса в 100 квадратов, где собственники и их представители предлагают разместить бассейн или зону барбекю. С крыши и окон открывается панорамный вид на город и правобережье. За квартиру просят, по разным источникам, от 24 до 24,5 миллиона рублей.</p> <p>Первый этаж квартиры занимают гостиная, объединенная с кухней, санузел, сауна, гостевая спальня. На втором этаже – родительская спальня с гардеробной и санузлом, детская спальня, кабинет.</p> <p style="text-align: right;">НГС Красноярск</p>	<p>Университет представляет сотрудникам жильё, обеспечивает комфортные условия проживания.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – телеологическая оценка описанного факта.</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: гипербола (огромная терраса), метонимия (застройщиком был сам университет).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
5.	https://gorodprima.ru/2021/01/14/v-restorane-istorii-startuet-seriya-spetsialnyh-uzhinov/	<p>В РЕСТОРАНЕ #ИСТОРИИ СТАРТУЕТ СЕРИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ УЖИНОВ КАК ПОПАСТЬ В ТАЙНЫЙ РЕСТОРАН В СФУ</p> <p>Ресторан #Истории, который работает при Институте гастрономии СФУ, запускает серию гастрономических ужинов. Заведение находится в самом институте на Свободном, 82/11.</p> <p>Напомним, в августе 2020 года торжественно открылся корпус института, тогда и провели первый ужин для партнеров. Сейчас заведение будет работать в формате концептуальных ужинов.</p> <p>Меню ужина будет разрабатывать приезжий шеф, ассистировать ему будут студенты Института гастрономии. Студенты проходят обучение по французской программе от INSTITUT PAUL BOCUSE. Практически весь персонал – это лучшие учащиеся, каждый работает по своему профилю: бармены, повара, администраторы, официанты.</p> <p>Николай Гулютин руководитель отдела маркетинга Института гастрономии СФУ: <i>Истории – это то, за чем люди приходят в рестораны: не только за гастрономическими впечатлениями, но и ради общения. В свою очередь общение – это истории. Когда шеф готовит свой сет – это тоже история, его форма общения с гостями. Наша мысль прослеживается и в интерьере: белые стены – пространство для воображения. Каждый ужин с чистого листа, каждый раз это новая история.</i></p>	<p>В СФУ открылся ресторан при Институте гастрономии.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – телеологическая оценка описанного факта.</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: эпитет (тайный ресторан), сравнение (белые стены – пространство для воображения), параллелизм (каждый ужин – каждый раз), метафора (с чистого листа).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
6.	https://ngs24.ru/text/education/2020/07/24/69384574/	<p>СФУ объявил стипендии для первокурсников в 2020 году: можно получать до 24 тысяч</p> <p>Максимальные стипендии получают те, кто набрал 100 баллов по ЕГЭ</p> <p>В Сибирском федеральном университете объявили о повышении стипендий для абитуриентов 2020 года, поступивших на программы бакалавриата и специалитета на бюджетные места.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Стипендия в размере 7 200 рублей будет начислена первокурсникам, поступившим на направления подготовки и специальности, приоритетные для модернизации и технологического развития экономики края, если средний балл по результатам вступительных испытаний при зачислении составил не менее 65 баллов. • Поступившим с высокими баллами по результатам вступительных испытаний на направления подготовки и специальности: математические и естественные науки, инженерное дело, технологии и технические науки стипендия 12 000 рублей, если средний балл по результатам вступительных испытаний при зачислении составил не менее 75 баллов. • Если абитуриент набрал не менее 85 баллов и поступил на специализации: гуманитарные науки, образование и педагогические науки, науки об обществе, искусство и культура, ему гарантируют стипендию 12 000 рублей. • Абитуриентам, сдавшим ЕГЭ на 100 баллов, положена стипендия 24 тысячи рублей, такая же стипендия ждет и победителей международных и российских олимпиад, а также призеров спортивных чемпионатов или первенств мира, Европы, России по видам спорта, включенным в программы Олимпийских игр, Паралимпийских игр, Сурдлимпийских игр. • Выпускникам физико–математического класса СФУ предлагают стипендию 18 тысяч рублей <p style="text-align: right;">НГС Красноярск</p>	<p>В СФУ высокие стипендии для первокурсников.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – телеологическая оценка описанного факта.</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метонимия (СФУ объявил).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
7.	https://ngs24.ru/text/education/2020/07/07/69353248/	<p>В СФУ назвали самую популярную специальность этого года</p> <p>Этим летом вся приемная кампания в вузах города проходит удаленно</p> <p>В СФУ назвали самую популярную специальность этого года</p> <p>7 июля 2020 года в Сибирском федеральном университете подвели промежуточные итоги приемной кампании, которая <u>стартовала в режиме онлайн 20 июня</u>. На самые востребованные специальности СФУ стабильно сохраняется конкурс от 5 человек на место.</p> <p>В этом году самый высокий конкурс на специальность «Государственное и муниципальное управление» – более 10 человек на место.</p> <p>– Традиционно можно выделять топовые направления среди абитуриентов – это экономика, менеджмент, реклама и связи с общественностью и юриспруденция. На последнее направление подано наибольшее количество заявлений – 273, – рассказал ответственный секретарь приемной комиссии СФУ Роман Ваганов.</p> <p>Кроме этого, по его словам, в числе популярных – направления, связанные с IT-технологиями: компьютерная и экономическая безопасность, прикладная информатика, компьютерные науки. Из инженерно-технических у сегодняшних абитуриентов популярнее всего строительство.</p> <p>В СФУ напомнили, что для подачи документов для поступления теперь не нужно ждать результатов ЕГЭ – их можно отправить позже, когда станут известны результаты.</p> <p>Прием документов в вузах города продлится до 15 августа.</p> <p style="text-align: right;">НГС Красноярск</p>	<p>СФУ устроил онлайн-поступление.</p> <p>Указаны сроки приема документов.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – телеологическая оценка описанного факта.</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: отсутствуют.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
8.	https://ngs24.ru/text/health/2020/06/16/69316567/	<p>В Красноярском крае появились гибридные клещи: чем они опасны? Эколог разъяснила, стоит ли бояться новой разновидности</p> <p>В разных регионах России, в том числе и в Красноярском крае, продолжают находить гибридных клещей – так называют новый вид кровососов, смесь таёжного клеща и клеща Павловского.</p> <p>Пока больше всего их обнаружено в Томске, на Алтае и в Новосибирской области. Но накануне появились сведения, что в нашем регионе тоже есть гибриды, рассказали специалисты СФУ.</p> <p>Профессор кафедры экологии и природопользования Института экологии и географии СФУ Ольга Тарасова разъяснила, насколько опасна новая разновидность.</p> <p style="text-align: right;">НГС Красноярск</p>	<p>Ученые СФУ дают интервью региональным телеканалам. Отвечают на актуальные вопросы любителей летнего активного отдыха.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частно-оценочного типа, а именно – утилитарная оценка описанного факта. Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: риторический вопрос.</p>
9.	https://vk.com/prima_tv?w=wall-17355786_254844	<p>Дорожные рабочие пока не будут подсыпать улицы новым противогололёдным реагентом типа «Бионорда»</p> <p>Причём, как минимум до конца новогодних каникул. В 2020 мэрия отказалась от «Бионорда», который использовался в Красноярске последние пару лет. Причина – массовые жалобы горожан.</p> <p>Мэрия пошла на встречу красноярцам и в октябре САТП заключило контракт на поставку нового реагента для дорог. Подсыпку им планировалось начать с первыми морозами. Однако, сначала начались проблемы с документами, потом образцы усовершенствованного «Бионорда» были отправлены в СФУ для исследования, затем город ждал поставки всей партии. Реагент поступил на склад, но сыпать его на дороги в ближайшее время специалисты пока не будут.</p> <p style="text-align: right;">Прима Красноярск</p>	<p>В СФУ проводят исследования бионорда.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частно-оценочного типа, а именно – утилитарная оценка описанного факта. Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метонимия (мэрия отказалась от бионорда).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
10.	https://vk.com/prima_tv?w=all-17355786_247259	<p>ВСЕ СЛЕДЯТ ЗА ЧАСТИЦАМИ PM2.5. УЧЕНЫЙ ОБЪЯСНИЛ, ЧТО ЭТО</p> <p>В эфире вечернего канала «Прима» Валерий Заворуев, профессор кафедры экологии и природопользования СФУ, прочитал экспресс-лекцию о частицах PM2.5.</p> <p>В интервью он дал максимальное короткое и понятное объяснение, что это и чем частицы опасны...</p> <p style="text-align: right;">Прима Красноярск</p>	Ученые СФУ дают комментарии в региональных СМИ. Ученые СФУ комментируют вопросы регионального уровня (экологические).	Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частно-оценочного типа, а именно – утилитарная оценка описанного факта. Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: умолчание (...и чем опасны...).

Таблица 4. Внешний источник: федеральные каналы (10)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
1.	https://tvzvezda.ru/news/vstrane_imire/content/20198574-xkoRD.html	<p>В Красноярске найден могильник V века с вещами древних сибиряков Валентина Пескова 07:08 05.08.2019</p> <p>Археологи Сибирского федерального университета обнаружили редкий для таежной местности археологический памятник.</p> <p>Самый ранний и самый крупный из найденных на территории Енисейской Сибири памятник, относящийся к первому тысячелетию нашей эры, обнаружили археологи Сибирского федерального университета (СФУ). В лесной зоне Красноярского края специалистам попался могильник, датированный V веком нашей эры.</p>	Ученые СФУ приняли участие в археологических раскопках.	Задача высказывания – описать факт, событие. Представлена утилитарная оценка описанного факта. Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: повтор (самый ранний и самый крупный).

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
2.	https://www.itv.ru/news/2019-02-23/360910-rovno_cherez_nedelyu_v_krasnoyarske_startuet_zimnyaya_universiada	<p>Ровно через неделю в Красноярске стартует зимняя Универсиада</p> <p>Сегодня на территории кампуса Сибирского федерального университета открылась спортивная деревня. Она состоит из двух ядер, соединенных пешеходным бульваром. Для спортсменов и тренеров созданы все условия. Одно из главных достоинств – спортивные объекты находятся буквально в пешей доступности. Многие специалисты и судьи уже работали в Красноярске на тестовых соревнованиях.</p> <p>«То что, мы видели, нам очень понравилось. Трассы готовятся профессионально, очень много задействовано техники, людей, профессионалов, которые прошли много соревнований, Олимпиаду», – отметил судья Хачатур Маркарян.</p> <p>Как ожидается, в Универсиаде примут участие более 3000 человек. Уже продано свыше 150 тысяч билетов. 1 марта в Красноярске встретят огонь Зимних игр.</p> <p style="text-align: right;">1 канал</p>	<p>На территории кампуса СФУ открылась спортивная деревня в рамках Универсиады.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частно-оценочного типа, а именно – телеологическая оценка описанного факта.</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метонимия (открылась спортивная деревня).</p>
3.	https://www.itv.ru/news/2014-02-12/51918-nachinaya_s_2015_goda_studenty_smoгут_poluchit_ofitserское_ili_serzhantskoe_zvanie_bez_otryva_ot_uchby	<p>Начиная с 2015 года студенты смогут получить офицерское или сержантское звание без отрыва от учёбы</p> <p>Об этом шла речь на встрече министра обороны Сергея Шойгу со студентами Федерального сибирского университета в Красноярске. Уже сейчас там можно получить две специальности: гражданскую и военную. К 2020 году, как сообщил министр обороны, две трети Вооруженных сил будут состоять из контрактников. Срок службы по призыву увеличивать не планируется. Министр рассказал также о современном оружии и прокомментировал слухи, которые распространяются в Интернете о проведении парадов. ...</p>	<p>В СФУ можно получить две специальности: гражданскую и военную.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлена телеологическая оценка описанного факта.</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метонимия (слухи распространяются; страна собралась), персонификация (армия развалилась), метафора (ядерный щит страны), эпитет (щит могуч, силен), гипербола (мощнейшая система), повтор (мощнейший щит, мощнейшая система).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
4.	https://www.1tv.ru/news/2013-10-11/59826-y_krasnoyarske_studenty_i_prepodavateli_sibirskogo_federalnoy_universiteta_otkryli_muzei_nauki	<p>В Красноярске студенты и преподаватели Сибирского федерального университета открыли музей науки</p> <p>То, что всему есть свое объяснение, доказывают создатели музея в Красноярске. Здесь просто и невероятно увлекательно рассказывают о самых сложных явлениях. Проверить законы физики самостоятельно можно здесь же, не отходя от экспоната. После такой экскурсии уже никто из посетителей не скажет, что точные науки – это скучно.</p> <p>Обычно на открытии музея перерезают ленточку. Здесь – торжественно замыкают цепь. Все экспонаты не только можно, но и нужно трогать руками. А как иначе понять для чего тут, например, все эти кнопочки.</p> <p>Вместо лекций и экскурсий – взрывы, брызги и восторженные крики посетителей. Студенты и преподаватели Сибирского федерального университета давно хотели сделать точные науки доступными и интересными даже для младших школьников.</p> <p>Оптика, механика, электромагнитные волны. С помощью давно известных законов физики привычные вещи превращаются в увлекательный аттракцион. Всего несколько зеркал, а сколько восторга.</p> <p>Но главная задача музея – объяснить детям, как работают сложные механизмы, например, параболическая антенна, или телефон.</p> <p>Перетягивание этого каната – явно не спортивное состязание. О каком честном поединке может идти речь, когда взрослого человека легко побеждает пятиклассник. Зато принцип работы подъемного крана налицо и понятен даже ребенку. Да что там кран, когда десятилетняя девочка извлекает из вишни молекулы ДНК, в то время как классный руководитель опытным путем устанавливает, почему люди не падают с велосипедов.</p> <p>"Для детей очень познавательно. Много чего интересного. И это все движется, все можно попробовать", – говорит учитель Сергей Котов.</p>	<p>СФУ открыл музей науки. Экспонаты можно трогать.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – утилитарная оценка описанного факта.</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: эпитет (восторженные крики), оксюморон (взрослого человека легко побеждает пятиклассник), метафора (многие экспонаты покажутся волшебством).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования ими- джа
5.	https://www.1tv.ru/news/2019-06-25/367526-v-krasnoyarske-budet-postroen-novyy-kampus-sibirskogo-federalnogo-universiteta	<p>В Красноярске будет построен новый кампус Сибирского федерального университета</p> <p>Правительство России выделяет более 1,5 миллиардов рублей на строительство общежития Сибирского федерального университета в Красноярске. Это крупнейшее на востоке нашей страны учебное заведение. Оно является участником программы «5–100», направленной на повышение престижа российского образования. Новый кампус будет состоять из трех зданий квартирного типа. В студенческом городке также появится все самое необходимое – почта, аптеки, магазины. Закончить строительство планируется в 2022 году.</p> <p>«Там будут созданы все условия для того, чтоб студенты могли заниматься, в первую очередь, получать качественное образование, заниматься наукой, спортом, культурно–массовой работой, проводить большую часть своей студенческой жизни в этом кампусе. И для университета новые перспективы: мы можем значительно увеличить количество иностранных студентов, обучающихся в Сибирском федеральном университете», – отметил исполняющий обязанности ректора Сибирского федерального университета Владимир Калмыков.</p> <p style="text-align: right;">1 канал</p>	<p>На базе кампуса строятся новые общежития.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – телеологическая оценка описанного факта. Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метонимия (правительство выделяет).</p>
6.	https://www.1tv.ru/news/2013-02-14/77398-kachestvo-vysshego-obrazovaniya-i-reforma-v-vuzah-ob-etom-rec-shla-na-vstreche-premyera-so-studentami	<p>Качество высшего образования и реформа в вузах – об этом речь шла на встрече премьера со студентами</p> <p>Качество высшего образования и реформа в вузах – об этом речь шла на встрече Дмитрия Медведева со студентами Сибирского федерального университета. Впрочем, вопросы, заданные премьеру, касались не только учёбы, но и сердечных дел. В Красноярске Дмитрий Медведев также посетил новый лыжный комплекс и обсудил на совещании меры по поддержке сирот. ...</p>	<p>В СФУ приехал Дмитрий Медведев на встречу со студентами. Обсуждалось качество высшего образования, стипендии, проведение мероприятий на базе вуза.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлена телеологическая оценка описанного факта. Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: шансы города на победу – метонимия.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
7.	https://www.1tv.ru/news/2012-11-15/79475-borbu-s-kurenim-v-realiti-shou-prevratili-v-sibirskom-federalno-universitete	<p>Борьбу с курением в реалити-шоу превратили в Сибирском федеральном университете</p> <p>Студентам, которые решили под прицелом видеокамер покончить с вредной привычкой, пообещали главный приз – велосипед. Из творческих условностей – рамка табакодетектора на входе в вуз. Она тревожно звенит, покуда юноша или девушка не выложат пачку и зажигалку из карманов. От навязчивых мыслей участников проекта отвлекают физкультурой. "После физических нагрузок в кровь идет выброс адреналина или эндорфина, не знаю. Потом себя намного лучше чувствуешь, чем после сигарет", – говорит Анна Сухих.</p> <p>Пик проекта выпал как раз на международный день отказа от курения. Его отмечают 15-го ноября. Многие из тех, кто начинали борьбу с самими собой, сошли с дистанции. Сейчас в деле всего 10 человек. Видеоотчеты об их каждом новом бездымном дне тут же появляются в Интернете. Победителя выберут общим голосованием.</p> <p style="text-align: right;">1 канал</p>	<p>В СФУ – за здоровый образ жизни. На день борьбы с курением установили детектор табака. Мотивация выложить сигареты – велосипед.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – нормативная оценка описанного факта. Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (под прицелом видеокамер), эпитет (навязчивых мыслей).</p>
8.	https://www.1tv.ru/news/2012-11-07/78854-dobavit-v-uchebny-programmu-reshili-studenty-sibirskogo-federalnogo-universiteta	<p>Добавить волшебства в учебную программу решили студенты Сибирского Федерального Университета</p> <p>Презентация свойств жидкого азота больше похожа не на лекцию, а на шоу иллюзионистов. И это только начало представления. Прикоснуться к науке любой из зрителей здесь может в буквальном смысле. Но и это еще цветочки. Точнее цветочки впереди. Легким движением руки роза превращается в розовые осколки.</p> <p>На таком уроке выйти к доске любой захочет. Одни физику изучать только начинают, другие школьный курс уже заканчивают, но некоторые вещи, похоже, впервые видят даже учителя.</p> <p>"Такие опыты мы не проводим. Мы проводим в рамках школьной программы. А это сверх программы. Это очень интересно", – говорит учитель химии Лариса Лысенко. ...</p>	<p>СФУ проводит познавательные мероприятия школам.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлена психологическая интеллектуальная оценка описанного факта. Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (лекция – шоу иллюзионистов), гипербола (на таких уроках рождаются будущие великие ученые), эпитет (эффектное выступление).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
9.	https://www.1tv.ru/news/2010-09-01/136313-vo_vremya_rabochey_poezdki_v_krasnoyarsk_vladimir_putin_otvetil_na_voprosy_students	<p>Во время рабочей поездки в Красноярск Владимир Путин ответил на вопросы студентов</p> <p>Новый учебный год начинается для семи с половиной миллионов российских студентов. В Красноярске учащихся Сибирского федерального университета поздравил глава правительства. Владимир Путин открыл новый учебный комплекс, где будут готовить специалистов для нефтегазовой отрасли.</p> <p>Кроме того, премьер ответил на вопросы студентов. Особенно их интересовала тема двухуровневой системы образования. Сейчас некоторые работодатели зачастую настороженно относятся к выпускникам со степенью бакалавра.</p> <p>Владимир Путин, премьер-министр РФ: «Многие считают, что двухступенчатая система людям, которые получают образование в рамках первой ступени, не дает полноценного высшего образования. А это не так. Это полноценное высшее образование. Поэтому время какое-то нужно, нужна работа с потенциальными работодателями.</p> <p>Но есть и еще одно направление, которое кардинальным образом, на мой взгляд, должно поменять ситуацию. А именно, совместная работа будущих работодателей и учебных заведений. Тогда проблем с трудоустройством у выпускников не возникает, и не возникает проблем у самих компаний».</p> <p style="text-align: right;">1 канал</p>	<p>Студенты имеют возможность посетить встречу с главой государства.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – телеологическая оценка описанного факта.</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: повтор (не возникает проблем).</p>
10.	https://ria.ru/20210112/koronavirus-1592672136.html	<p>Российские ученые выявили у пациентки 18 мутаций коронавируса</p> <p>МОСКВА, 12 янв – РИА Новости. Российские ученые описали случай пациентки, в организме которой коронавирус SARS-CoV2 приобрел 18 новых мутаций. Об этом сообщили "Известия" со ссылкой на препринт исследования.</p> <p>Отмечается, что изменения вируса обнаружили у 47-летней женщины с лимфомой четвертой стадии. Она заразилась коронавирусом в апреле, регулярно проходила тестирование на COVID-19, и результаты были положительными до 9 сентября.</p> <p>а исходный вариант ученые приняли геном коронавируса в образце мазка пациента, от которого, предположительно, заразилась женщина. Сравнив материалы, специалисты заключили, что в ее организме вирус приобрел 18 новых мутаций, в том числе две в гене S-белка, идентичные тем, которые ранее были найдены у датских норок.</p>	<p>Профессор кафедры геномики и биоинформатики СФУ занимается изучением мутаций коронавируса.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлена утилитарная оценка описанного факта.</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: персонификация (вирус приобрел 18 новых мутаций), эпитет (подавленный иммунитет).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Медиатексты о Театре оперы и балета

Таблица 1. Внутренний источник: официальный сайт (5)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Тип аксиологического значения. Языковые средства
1.	https://krasopera.ru/news/na-spektakle-evgeniy-onegin-mozhno-budet-kupit-teatralny-ye-suveneriyu	<p>На спектакле «Евгений Онегин» можно будет купить театральные сувениры <i>Красноярский театр оперы и балета имени Д. А. Хворостовского запускает новую линейку сувенирной продукции.</i></p> <p>Футболки и сумки со стилизованным портретом Дмитрия Хворостовского можно будет приобрести уже в субботу 5 июня на опере Петра Чайковского «Евгений Онегин». Продажа будет организована перед спектаклем и после него, а также в антрактах.</p> <p>Более того, четверо зрителей смогут стать счастливыми обладателями товаров с театральной символикой, приняв участие в розыгрыше. Для этого тем, кто пришел на «Евгений Онегин», нужно запомнить свой ряд и место (или сфотографировать на телефон), опустить билет в лототрон в фойе 2-го этажа, а во втором антракте прийти на сам розыгрыш.</p> <p>Подчеркнем, в розыгрыше будут участвовать только билеты, купленные именно на этот спектакль – «Евгений Онегин» Петра Чайковского 5 июня. Розыгрываются 2 футболки и 2 сумки, а также еще несколько приятных подарков.</p>	<p>На спектакле можно купить сувениры. Кроме того, проводится розыгрыш призов.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного оценочного типа, а именно – психологическая интеллектуальная оценка описанного факта (нечто интересное, увлекательное). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: персонификация (театр запускает), метонимия (пришёл на «Евгений Онегин»), метонимия (в розыгрыше будут участвовать только те билеты, которые...).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Тип аксиологического значения. Языковые средства
2.	https://krasopera.ru/news/season-zavershit-sya-kontsertom-s-uchastieyem-srazu-trekh-dirizherov-trekh-dirizherov-iz-krasnoyarskogo-teatra	<p>Сезон завершится концертом с участием сразу трех дирижёров.</p> <p><i>На 20 июня, под занавес 43-го творческого сезона и в завершение фестиваля «Парад звезд» в Красноярском театре оперы и балета имени Д. А. Хворостовского запланирован концерт «Стравинский. Великанов. Ланде». В нем также примет участие приглашенный артист – солист Нижегородского государственного академического театра оперы и балета имени А. С. Пушкина Александр Зубаренков.</i></p> <p>Это будет масштабное творческое мероприятие, состоящее из трех отделений, каждое из которых берет под свою ответственность один из дирижеров, в течение сезона проявивших себя как яркие музыканты и завоевавших любовь зрителей.</p> <p>Мариус Стравинский составит свою программу из оперных хитов. Это арии и дуэты из опер Джузеппе Верди «Дон Карлос», «Макбет», «Эрнани», «Риголетто», а также хоровой шедевр «Ты прекрасна, о родина наша» из оперы «Набукко». Украсят концерт мелодии редкого гостя на сцене красноярского театра – Рихарда Вагнера из опер «Тангейзер» и «Лоэнгрин».... Владимир Ланде порадует гостей театра искрометными мелодиями из мюзиклов, оперетт, музыкальных кинофильмов. Это «Вестсайдская история» и «Кандид» Леонарда Бернстайна, «Вольный ветер» Исаака Дунаевского, «Холопка» Николая Стрельникова, «Кабаре» Джона Кандера. В исполнении заслуженной артистки России Веры Барановой прозвучит известнейшая Summer time – «Колыбельная Клары» из оперы Джорджа Гершвина «Порги и Бесс».</p> <p>Тенор Александр Зубаренков примет участие во всех трех блоках концерта «Стравинский. Великанов. Ланде».</p>	<p>Театр заканчивает сезон. В честь этого устраивается мероприятие с тремя дирижерами: Мариус Стравинский, Иван Великанов, Владимир Ланде.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного оценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная оценка описанного факта (радостное событие – масштабное закрытие сезона).</p> <p>Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: персонификация (мелодии украсят концерт), эпитет (изысканный набор песен).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Тип аксиологического значения. Языковые средства
3.	https://krasopera.ru/news/pavel-antsiferov-v-pobedil-na-delfiyski-igrakh-igrakh.htm	<p>Павел Анциферов победил на Дельфийских играх</p> <p><i>Солист Красноярского театра оперы и балета имени Д. А. Хворостовского баритон Павел Анциферов стал лауреатом Двадцатых молодежных Дельфийских игр России: молодой артист завоевал золотую медаль этих престижных состязаний в области искусства. В 2021 году Игры проходили в Перми.</i></p> <p>Павел Анциферов выступал в номинации «академическое пение». Конкурс проводился в два тура. В первом туре требовалось исполнить арию западноевропейского композитора XVII–XVIII веков и романс русского композитора XIX–XX веков, во втором – арию западноевропейского композитора XIX–XX веков и народную песню. Павел выбрал для исполнения арию Александра из оратории Генделя «Александров пир», романс Рахманинова «Отрывок из Мюссе», сцену смерти Родриго из оперы Верди «Дон Карлос» и русскую песню «Ах, Настасья».</p> <p>Основные критерии оценки конкурсантов таковы: чистота интонации, владение вокальной техникой, владение стилистическими особенностями, музыкальность и артистизм. Все это Павел и продемонстрировал на своих выступлениях.</p> <p>– Я впервые на этом престижном конкурсе, так что вдвойне приятно взять золото! Со мной приехала замечательный концертмейстер кафедры сольного пения и оперной подготовки СГИИ Виктория Гойхман (класс Ларисы Владимировны Марзоевой). На этом конкурсе уже выступали Севастьян Мартынюк (взял золото) и Давит Есяян (завоевал спецдиплом). Так что это становится приятной традицией, когда красноярцы практически ежегодно в призах этого конкурса. Большое спасибо худруку оперной труппы народной артистке России Ларисе Марзоевой и директору нашего театра Светлане Гузий. Без их содействия я не смог бы сюда попасть, – прокомментировал Павел Анциферов.</p>	<p>Солисты Красноярского театра оперы и балета имени Д. А. Хворостовского становятся лауреатами Двадцатых молодежных Дельфийских игр России.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного оценочного типа, а именно – телеологическая (удачное выступление). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: эпитет (престижный конкурс), метафора (чистота интонации); риторическое восклицание (Я впервые на этом престижном конкурсе, так что вдвойне приятно взять золото!).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Тип аксиологического значения. Языковые средства
4.	https://krasope.ra.ru/news/v-novom-sezone-budet-predstavlena-razboynika.htm	<p>В новом сезоне будет представлена премьера редкого балета «Катарина, дочь разбойника»</p> <p><i>В Красноярском театре оперы и балета имени Д. А. Хворостовского идет активная работа над постановкой незадолго забытого более чем на 100 лет балета «Катарина, дочь разбойника» на музыку Цезаря Пуни.</i></p> <p>История этого балета началась в 1846 году в Королевском театре Лондона, продолжилась в 1848 году в миланском La Scala, позже «Катарину» увидели и в России. Танцы для версии 1870 года в Мариинке ставил легендарный Мариус Петипа. В Большом театре балет был поставлен в 1895 году.</p> <p>Спектакль воссоздается по материалам наследия выдающегося хореографа, либреттиста, автора знаменитой «Жизели» Жюлья Перро.</p> <p>– Это будет интересная реконструкция, в которой есть некая «милота» XIX века с очень эффектными помпезными декорациями и костюмами, чего, мне кажется, сегодня не хватает в академическом театре. Хореография Жюлья Перро не сохранилась, но мы по крупницам восстановили весь сценарий. Например, попала газета XIX века, в которой было напечатано полное петербургское либретто. Из разных театров восстановили разные версии либретто. В этом нам помог историк Юрий Бурлака, – рассказал художественный руководитель Красноярского театра оперы и балета Сергей Бобров. – Интересно, что на разных сценах были разные финалы, и мы представим в нашем спектакле три финала «Катаринины». Для зрителей мы делаем это максимально понятно, буквально будут опускаться таблички «финал такого-то года» – то есть либретто восстановлено на 100 %.</p> <p>Музыкальный материал был найден в Риме, в Милане и в Большом театре. Используется и музыка из других произведений Пуни, которые включались в «Катарину». По словам Сергея Боброва, была утеряно сопровождение к знаменитому танцу с ружьем, которое обнаружили в другом балете. Оркестровую версию музыки по заказу Красноярского театра создал композитор Петр Пospelов.</p> <p>Сценография спектакля разработана специалистами Большого театра. Костюмы придумала Елена Зайцева на базе сохранившихся эскизов художника Евгения Пономарева.</p>	<p>В Театре представляют редкий балет.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частного типа, а именно – психологическая интеллектуальная (редкий балет; увлекательное, интересное мероприятие).</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: эпитет (легендарный Мариус Петипа); гиперболы (колоссальная работа).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Тип аксиологического значения. Языковые средства
		<p>Образцы сшиты в Большом и переданы в Красноярск, сегодня по ним отшиваются костюмы в цехах красноярского театра. Декорациями занимается художник Альона Пикалова: на основе декораций, которые были в Большом, с использованием творчества художника Сальватора Розы, который является одним из главных персонажей спектакля.</p> <p>Это колоссальная работа, результат которой, уверены в коллективе Красноярского театра оперы и балета, впечатлит зрителей.</p>		
5.	https://krasope.ra.ru/news/v-krasnoyarskom-teatre-opery-i-baleta-sostoitsya-kontsert-na-dnyu-rozhdeniya-pushkina.htm	<p>В Красноярском театре оперы и балета состоится концерт ко дню рождения Пушкина</p> <p><i>В день рождения Александра Пушкина, 6 июня, в Красноярском театре оперы и балета имени Д. А. Хворостовского пройдет вечер романса «Пушкиниана». Гости театра смогут погрузиться в мир произведений и историю жизни великого поэта.</i></p> <p>На стихи «солнца русской поэзии» написано множество романсов и песен – настоящих шедевров камерной вокальной музыки. В этот вечер прозвучат произведения русских композиторов – Михаила Глинки, Николая Римского-Корсакова, Александра Даргомыжского, Петра Чайковского, Николая Метнера, Сергея Рахманинова, Георгия Свиридова, Александра Глазунова, Цезаря Кюи и многих других. В том числе известные и любимые мелодии – «Я помню чудное мгновенье» Глинки, «Не пой, красавица, при мне» Рахманинова, «Я вас любил» Кюи, «Фонтану бахчисарайского дворца» Александра Власова, «Роняет лес багряный свой убор» Георгия Свиридова.</p> <p>– Во время концерта-спектакля будут затронуты главные темы для Пушкина – дружба, любовь, творчество, свобода. Эти направления в одно целое соединят вальсы, среди которых популярный в пушкинские времена вальс, созданный Александром Грибоедовым, и более современные произведения – вальс Георгия Свиридова к драме «Метель», «Пушкинский вальс» Сергея Прокофьева. Мы вспомним лицейские дни и, конечно, возлюбленных поэта – Анну Керн, Елизавету Воронцову, Амалию Ризнич. Появится на сцене и сам Александр Сергеевич как персонаж, отстраненно наблюдающий за течением жизни, погруженный в воспоминания. В качестве видеоконтента</p>	<p>В Театре устраиваются мероприятия ко дню рождения А.С. Пушкина.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного типа, а именно – сублимированная этическая (устроить мероприятие в честь дня рождения поэта – нравственно). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: перифраза (солнце русской поэзии); метафора (мир произведений);</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Таблица 2. Внутренний источник: туристические сайты (5)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
		<p>будут использованы рисунки и автографы поэта, – рассказала режиссер–постановщик «Пушкинианы» Анастасия Касаткина.</p> <p>Романсы на стихи Александра Пушкина сольно и в дуэтах исполняют артисты оперной труппы Красноярского театра оперы и балета (в том числе заслуженные артисты России Вера Баранова, Светлана Рацлаф–Левчук и Олег Алексеев), за роялем – концертмейстеры Елена Чепурная, Евгения Солунская, Наталья Собинкова, Светлана Михалева.</p>		
1.	https://www.tourister.ru/world/europe/russia/city/krasnoyarsk/theatres/28249	<p>Первая постановка состоялась в театре в августе 1978 года, когда было показано произведение Александра Бородина под названием «Князь Игорь». Зрителями в этот день являлись все те, кто приложил свою руку к строительству театра – архитекторы, рабочие и многие другие. 20 декабря 1978 года двери театра были открыты для всех посетителей. Также на базе театра впервые во всем Советском союзе ставили работу Бизе «Дон Прокопио и рок–оперу «Иисус Христос – суперзвезда» Эндрю Ллойда Уэббера. В портфолио театральной труппы – свыше 80 работ. В 1999 году коллектив осуществил постановку спектакля по произведению Астафьева «Царь–рыба».</p> <p>В коллектив Красноярского театра оперы и балета входят более 50 актеров, некоторые из которых имеют звание Народного артиста Российской Федерации, часть – Заслуженные артисты Российской Федерации, а также несколько человек удостоены награды почетным знаком Министерства Культуры Российской Федерации «За достижения в культуре».</p> <p>Оперный театра города Красноярск – уникальный проект. Он является единственным подобным культурным учреждением, построенным за территорией Урала за последние несколько десятков лет. Опера и балет по–прежнему остаются любимым своим зрителем, поэтому театр ежегодно посещают несколько тысяч человек.</p>	<p>Посещение театра – ежегодно несколько тысяч человек.</p> <p>История первой постановки.</p> <p>Коллектив – более 50 актеров со званиями.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональное (радостное событие – открытие театра).</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (приложить руку к чему–либо).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Тип аксиологического значения. Языковые средства
2.	https://www.tourister.ru/world/europe/russia/city/krasnoyarsk/theatres/28249	<p>Театр оперы и балета в Красноярске – это один из самых популярных театров в городе, в котором всегда рады как местным жителям, так и гостям города. Помимо спектаклей здесь проходят разнообразные творческие встречи актеров из различных городов нашей страны и других стран.</p> <p>За время своего существования на сцене театра было поставлено множество произведений: более 100 опер и балетов, несколько десятков детских спектаклей – всего более 8 тысяч постановок. В настоящее время в Красноярском оперном театре для зрителей доступны не только классические постановки, но и современные творческие представления. Спектакли в театре проходят практически каждый день – со вторника по воскресенье. Вечерние спектакли на неделе и в выходные начинаются в 19:00, детские постановки обычно проходят по воскресеньям в 12:00.</p>	<p>Театр популярен. Клиентоориентирован. Проводит творческие встречи.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частного оценочного типа, а именно – рациональная телеологическая (целесообразность проведения мероприятий). Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: отсутствуют.</p>
3.	https://www.tourister.ru/world/europe/russia/city/krasnoyarsk/theatres/28249	<p>В Красноярском театре оперы и балета в настоящее время можно увидеть 28 оперных спектаклей, таких, как «Свадьба Фигаро», «Евгений Онегин», «Кармен» и другие. В репертуаре также присутствует 29 представлений балета, самые популярные из которых: «Баядерка», «Дон Кихот» и «Жизель». В театре также поставлено 19 спектаклей для детей: «Морозко», «Бременские музыканты», «Новые приключения Буратино» и множество других.</p>		<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частного оценочного типа, а именно – телеологическая (целесообразность).</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: отсутствуют.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Тип аксиологического значения. Языковые средства
4.	https://www.tourister.ru/world/europe/russia/city/krasnoyarsk/theatres/28249	<p>На спектакли Красноярского театра оперы и балета можно купить билеты стоимостью от 100 до 1500 руб., цена зависит от места в зале и вида постановки. Билеты на балет имеют стоимость от 300 до 700 руб., в партер – от 450 до 700 руб., на бельэтаж и ложи – 300 руб. На оперу стоимость билетов составит от 200 до 500 руб., при этом самые дорогие билеты ценой 350–500 руб. будут в партер, а на бельэтаже и ложах можно разместиться за 200–250 руб. Детские представления можно посетить за 150–350 руб., во время новогодних каникул стоимость билетов вырастает до 500 руб. Цены билета на концерты, проходящие в Театре оперы и балета в Красноярске, доходит до 1500 руб. Купить билеты в театр можно на его официальном сайте, выбрав желаемый спектакль, день и время его показа в разделе «Афиша».</p>	<p>Стоимость билетов. Диапазон стоимости в зависимости от постановки.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного оценочного типа, а именно – телеологическая (целесообразность). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: отсутствуют.</p>
5	https://www.tourister.ru/world/europe/russia/city/krasnoyarsk/theatres/28249	<p>Зрительный зал Театра оперы и балета в Красноярске имеет вместимость 800 человек. Его центральную часть занимает партер, состоящий из двух отделений. За партером следует бельэтаж. В правой и левой боковой части зала расположены ложи бенуара и ложи бельэтажа.</p>	<p>Вместимость Театра, посадка.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного оценочного типа, а именно – телеологическая (целесообразность). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: отсутствуют.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Таблица 3. Внутренний источник: региональные СМИ города Красноярска (10)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
1.	<p>Городские новости. Проспект культуры https://go.rnovosti.ru/news/prospekt=kultury/item/f52c4702-3470-49ac-87b9-39401f1bb826/</p>	<p><i>“Дон Жуан – величайший из всех злодеев, каких когда-либо носила земля. Чудовище, собака, дьявол, еретик”. Эту характеристику дал ему слуга Сганарель, который терпеть не мог своего господина. Но разгульность и чёрствость вперемешку с обаянием сделали из дона Жуана настоящую икону литературы и театра. Спеть арию повесы и распутника считали за честь многие величины оперы, и в своё время она прославила на весь мир Дмитрия Хворостовского. Теперь же “Дон Жуана” поставят в Красноярске – как раз в рамках фестиваля Дмитрия Хворостовского.</i></p> <p>Чтобы рассказ о приключениях горячего севильца получился более выразительным, над ним будет работать целая команда знаменитостей, которая ставила большие спектакли на крупнейших мировых сценах. Управлять процессом поручено Антону Левахину – художественному руководителю фестиваля, который знает толк в современной опере. “Дон Жуан” для него – король театра.</p> <p>– Спектакль станет украшением фестиваля Дмитрия Хворостовского, – говорит Антон Левахин. – Нужно всегда идти впереди ожиданий аудитории и представлять что-то интересное, яркое, удивительное. К тому же “Дон Жуан” – это произведение, в котором на разных сценах мира блистал ваш прославленный земляк, и это очень важно. В постановке будут задействованы красноярские исполнители из Сибирского института искусств и театра оперы и балета. Артистов прослушивали и отбирали дирижёр-постановщик из Словакии Петер Феранец и австрийский режиссёр Михаэль Штурмингер. Для Феранца “Дон Жуан” – не просто опера: с ней он начинал свою карьеру и выступал перед зрителями Большого театра.</p>	<p>Проводится фестиваль Дмитрия Хворостовского. Оперу Моцарта покажут красноярским зрителям.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – телеологическая (целесообразность). Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: гипербола (величайший); эпитет (горячий севилец); перифраза (прославленный земляк – Хворостовский); метафора (икона литературы и театра).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
2.	<p>Культура24 https://cultura24.ru/articles/16545/</p>	<p>Анастасия Куимова: «Папа всегда был для меня героем» <i>8 апреля в Красноярском театре оперы и балета имени Д.А. Хворостовского состоится Вечер памяти народного артиста России Александра Куимова. Александр Эдуардович скончался в феврале этого года. Он был ведущим солистом труппы с основания театра, танцевал на его открытии в 1978 году Зигфрида в «Лебедином озере». Программу концерта–посвящения под названием «Александр» готовит его дочь, актриса и режиссёр Анастасия Куимова.</i></p>	<p>В Театре организуются вечера памяти народных артистов.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного-оценочного типа, а именно – сублимированная этическая (морально, нравственно). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (папа – гермой).</p>
3.	<p>Культура24 https://krasopera.ru/press/interview/bolshoy-balet-samo-uchastiye-kak-priz.htm</p>	<p>«Большой балет»: само участие как приз <i>В четвертом сезоне конкурса «Большой балет» на канале «Культура» приняли участие ведущие танцовщицы Красноярского театра оперы и балета имени Д.А. Хворостовского Анна Федосова и Марчелло Пелицони. По словам артистов, об этом проекте у них остались самые приятные воспоминания. А возможность выступить перед многомиллионной телеаудиторией восприняли как счастливый шанс.</i></p>	<p>Коллаборация театра с телеканалом «Культура».</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного-оценочного типа, а именно – телеологическая (целесообразность). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: сравнение (участие как приз), гипербола (перед многомиллионной телеаудиторией).</p>
4.	<p>Сетевое издание «МК в Красноярске» kras.mk.ru https://krasopera.ru/press/overview/v-moskve-zavershilsya-vsrossiyskiy-konkurs-artistov-baleta-i-khoreografov-2020.htm</p>	<p>В Москве завершился Всероссийский конкурс артистов балета и хореографов Коронавирус танцам не помеха Высокую планку конкурсу в старшей группе задали танцовщицы из Красноярска. Именно они и получили золотые медали как в мужской, так и в женской номинациях. Так, бурю темперамента, мужественность и техническую оснащенность выявил в своём танце артист Красноярского театра оперы и балета Георгий Болсуновский, лидировавший в конкурсе с большим отрывом от остальных участников и по справедливости ставший его золотым лауреатом. ...</p>	<p>Артисты балета и хореографы Театра принимают участие во Всероссийском конкурсе и занимают первые места.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного-оценочного типа, а именно – телеологическая (целесообразность). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (буря темперамента), эпитет (золотой лауреат); гипербола (запредельная эмоциональность).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
5.	<p>Культура24 https://krasopera.ru/press/interview/ivan-velikanov-esli-dirizher-sam-ne-muzitsiruyet-on-teryayet-svyaz-s-nastoyashchim-zvukom.htm</p>	<p>Иван Великанов: «Если дирижёр сам не музицирует, он теряет связь с настоящим звуком» <i>В этом творческом сезоне в оркестре Красноярского театра оперы и балета имени Д.А. Хворостовского появился новый дирижёр – выпускник Московской консерватории Иван Великанов. Прежде он уже успешно сотрудничал с театром – дирижировал спектаклями на фестивале «Парад звезд в оперном», ездил с балетом на гастроли в Англию. В ближайшее время маэстро встанет за пультом опер «Богатыри» и «Риголетто» и балета «Лебединое озеро». ...</i></p>	<p>Театр открыт к сотрудничеству. Набирает новые кадры.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная (радостное событие). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (встанет за пультом опер).</p>
6.	<p>Культура24 https://krasopera.ru/press/interview/mikhail-logvinov-y-baletnoy-syemke-fotograf-dolzhen-byt-khoreografom.htm</p>	<p>Михаил Логвинов: «В балетной съёмке фотограф должен быть хореографом» <i>Свой новый творческий сезон Красноярский театр оперы и балета имени Д.А. Хворостовского открывает мировой премьерой диптиха «Ленинградская симфония» на музыку Дмитрия Шостаковича и Алексея Сюмака. На съёмку спектакля специально приглашен известный московский фотохудожник Михаил Логвинов. Когда-то именно он снимал первую балетную постановку худрука красноярского театра Сергея Боброва – «Антигону».</i></p>	<p>Театр приглашает на съёмки известных московских фотографов.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная (радостное событие). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: отсутствует.</p>
7.	<p>Культура24 https://krasopera.ru/press/interview/daria-ryabinko-ne-lyublyu-golubykh-geroin-s-ikh-passivnoy-zhertvennoy-styu.htm</p>	<p>Дарья Рябинко: «Не люблю голубых героинь с их пассивной жертвенностью». <i>Если бы не пандемия коронавируса, минувшей весной ведущая солистка Красноярского театра оперы и балета имени Д.А. Хворостовского Дарья Рябинко выступила бы на фестивале «Золотая Маска» в Москве. Это первая номинация молодой певицы на Национальную театральную премию страны, она была выдвинута на неё за партию Комиссара в опере Франсиса Пуленка «Груды Терезия». Но, как признается сама Дарья, столь высокая оценка экспертами её роли стала для неё полной неожиданностью.</i></p>	<p>Ведущая солистка Театра была высоко оценена экспертами и должна была принять участие в «Золотой маске» в Москве.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная (радостное событие). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: отсутствует.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
8.	<p>Городские новости https://krasopera.ru/press/interviu/alexandr-chaykovskiy-v-iskusstvenet-luchshego.htm</p>	<p>Александр Чайковский: «В искусстве нет лучшего» <i>41-й театральный сезон в Красноярском театре оперы и балета имени Хворостовского завершили мировой премьерой. Театр представил красноярцам и гостям города оперу Александра Чайковского «Ермак», написанную по заказу театра. В основе сюжета – создание Василием Суриковым картины «Покорение Сибири Ермаком». На сцену вышли исторические личности: хан Кучум, Иван Грозный, Мария Нагая, бароны Строгановы, Николай II, Гиляровский, Лев Толстой.</i></p>	<p>Театр рассказывает об опере. Закрывает сезон сопровождается театральными премьерой.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлена психологическая эмоциональная (радостное событие). Оценка имплицитная. Реализуется посредством метонимии и персонификации.</p>
9	<p>Культура24 https://krasopera.ru/press/interviu/v-opernom-postavyat-pitera-pena.htm</p>	<p>В оперном поставят «Питера Пэна» <i>Команда постановщиков работает в театре оперы и балета уже четвертый сезон – режиссер Мария Тихонова и художник Ирина Сид подарили нам оперы «Медея», «Трубадур», «Женитьба Фигаро», несколько театральных ночей и мистическое шоу «Русалка». Теперь они взялись за оперное шоу для детей. Задали режиссеру несколько важных вопросов о премьерке.</i></p>	<p>Работа Театра клиентоориентирована: постановки не только для взрослых, но и для детей.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлена психологическая интеллектуальная (интересное, увлекательное событие). Оценка имплицитная. Реализуется посредством метонимии (поставят «Питера Пэна»).</p>
10	<p>Городские новости https://krasopera.ru/press/interviu/vladimir-lande-u-figaro-net-problems-uznavayemostyu.htm</p>	<p>Владимир Ланде: «У Фигаро нет проблем с узнаваемостью» <i>13 февраля Красноярский государственный театр оперы и балета имени Д. А. Хворостовского приглашает на премьеру оперы Вольфганга Амадея Моцарта «Свадьба Фигаро». Это совместный проект с Красноярской краевой филармонией при участии Транссибирского арт-фестиваля. Музыкальный руководитель постановки и дирижёр – Владимир Ланде.</i></p>	<p>Театр оперы и балета сотрудничает с другими театрами города.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частного типа, а именно – психологическая интеллектуальная (интересное, увлекательное событие). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: персонификация (У Фигаро нет проблем с узнаваемостью).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Таблица 4. Внешний источник: федеральные каналы (8)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
1.	<p>1 канал https://www.1tv.ru/news/2017-11-26/336880-ne_stalo_dmitriya_hvorostovskogo 26 ноября 2017 г.</p>	<p>Скончался Дмитрий Хворостовский, всемирно известный певец, гордость России. Ему было всего 55 лет. Он тяжело болел, и лучшие врачи не смогли помочь.</p> <p>Дмитрий Хворостовский родился в Красноярске и там же начал карьеру певца в Красноярском государственном театре оперы и балета. В 1989 году победил на конкурсе оперных певцов в Кардиффе и уже в следующем году начал петь на лучших оперных сценах мира. Он выступал со многими симфоническими оркестрами и со всеми знаменитыми дирижерами, а это для оперного певца главное признание.</p> <p>Хворостовский любил не только оперу, пел романсы, русские народные песни. Со своей знаменитой программой «Песни военных лет» он проехал не только по всей России, по всему миру. Он не боялся строить свою карьеру вокруг России, вокруг Победы.</p> <p>Хворостовский открыл Европе и миру великого русского композитора Георгия Свиридова. Он не стеснялся России, он ею гордился и всегда защищал свою страну. Он был человеком мира, последние годы жил в Англии, но при этом оставался русским человеком. Он не стал другим, не изменил свой образ мысли, он не изменил себе.</p> <p>Прощание с Дмитрием Хворостовским пройдет завтра в Москве в зале Чайковского. Похоронен певец будет 28 ноября на Новодевичьем кладбище, буквально в ста метрах от могилы Федора Шаляпина.</p> <p>Завтра на Первом канале выйдет специальный выпуск программы "Пусть говорят", посвященный памяти Дмитрия Хворостовского.</p>	<p>Дмитрий Хворостовский – родился и работал в Красноярске, в Театре оперы и балета.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие.</p> <p>Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – сублимированная этическая (морально, нравственно).</p> <p>Оценка имплицитная.</p> <p>Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (гордость России).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
2.	<p>Пятый канал https://www.5-tv.ru/news/172286/</p>	<p>Урну с прахом Хворостовского зложат в основание памятника в Красноярске Скорее всего, памятник именитому оперному певцу будет установлен на Театральной площади, напротив Театра оперы и балета. По словам исполняющего обязанности первого заместителя губернатора Красноярского края Сергея Пономаренко, в данный момент они ведут переговоры с семьей Дмитрия Хворостовского и консультируются с ними по всем вопросам. Пономаренко отметил, что существует и предложение назвать именем народного артиста музыкальную школу № 4, где он учился. По данным ТАСС, не исключено, что в ближайшее время один из новых бульваров в Красноярске также будет носить имя легендарного тенора, а на доме, где он когда-то жил, может появиться мемориальная доска.</p>	<p>Скончался Дмитрий Хворостовский. Планируется установить памятник в Красноярске. Начинать карьеру в Театре оперы и балета.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – сублимированная этическая (морально, нравственно). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: персонификация (бульвар будет носить имя).</p>
3.	<p>Пятый канал https://www.5-tv.ru/news/184631/</p>	<p>Красноярскому оперному театру присвоили имя Хворостовского Именно в местном Театре оперы и балета знаменитый певец начал свое восхождение на Олимп международной славы. В руководстве объекта культуры подтвердили, что сегодня пришли документы, которые свидетельствуют о присвоении имени выдающегося баритона. Здесь помнят, как Дмитрий Хворостовский впервые вышел на сцену еще будучи студентом. Красноярскому оперному театру он посвятил больше 15 лет.</p>	<p>Театру присвоили имя Дмитрия Хворостовского.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлена сублимированная этическая (морально, нравственно). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: персонификация (пришли документы); метафора (восхождение на Олимп).</p>
4.	<p>https://tayga.info/75948/2008 г.</p>	<p>Ущерб от пожара в театре оперы и балета Красноярска, который произошел 4 января во время детского балета–сказки «Приключения Чиполлино», составил 50 тысяч рублей. Ущерб от пожара в театре оперы и балета Красноярска, который произошел 4 января во время детского балета–сказки «Приключения Чиполлино», составил 50 тысяч рублей. ...</p>	<p>Произошел пожар. Театр быстро возобновит работу.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлена рациональная нормативная (правильные действия). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: отсутствуют.</p>

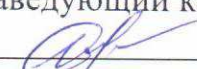
ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
5.	<p>НТВ 2011 г. https://www.ntv.ru/novosti/246260/</p>	<p>«Моцарт и Сальери» в Сибири. Спектакль буквально собран из музыки двух композиторов. Специально для партии главных героев в архивах Вены нашли малоизвестные записи. Хореография вновь ставится российскими артистами. Автор первого спектакля – Вера Боккардо. За реконструкцией забытой сенсации балетного искусства наблюдал корреспондент НТВ Сергей Сыркин. Видеозапись середины 1970–х – единственное, что осталось от некогда шумной постановки Большого театра «Моцарт и Сальери». Рассмотреть балетные па на экране смартфона сложно. Хорошо, говорит худрук красноярского балета, руки–ноги еще помнят, что нужно делать. Марк Перетокин, художественный руководитель балета Красноярского театра оперы и балета: «У нас больше развита память тела. Спектакль этот последний раз я танцевал лет 25 назад, когда еще был совсем молодой, пришел только из училища. Это одна из первых моих работ в Большом театре».</p>	<p>В Красноярском театре оперы и балета восстанавливают знаменитый в 1970–х годах спектакль «Моцарт и Сальери».</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная (радостное событие). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метонимия («Моцарт и Сальери» в Сибири); эпитет (шумная постановка); синекдоха (Спектакль буквально собран из музыки двух композиторов); персонификация (руки–ноги помнят).</p>
6.	<p>НТВ 2010 г. https://www.ntv.ru/novosti/211289/</p>	<p>Театральный раритет на сцене Красноярска. Вдали от Москвы Владимир Васильев возродил один из самых популярных балетов советской эпохи – «Красный мак». Театральный раритет на сцене Красноярска. Вдали от Москвы Владимир Васильев возродил один из самых популярных балетов советской эпохи – «Красный мак». Корреспондент НТВ Татьяна Панихина побывала на репетиции Возрождение самого известного советского балета. Последний раз спектакль о любви китайской девушки и советского капитана, разворачивающейся на фоне борьбы пролетариата за свои права, зритель видел полвека назад. Сегодня прямую трансляцию премьеры новой постановки забытого шедевра можно будет увидеть в Интернете ...</p>	<p>«Красный мак» ставится в Театре оперы и балета.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная (радостное событие). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: метафора (затмил балет).</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

№	Ссылка	Текст	Тема текста: о чём узнаём из новостей?	Языковые средства, используемые для формирования имиджа
7.	<p>НТВ 2018 г. https://www.ntv.ru/novosti/1977580/</p>	<p>Красноярский театр оперы и балета, где начинал карьеру Дмитрий Хворостовский, теперь будет носить имя певца. Об этом в пятницу сообщила и. о. министра культуры региона Елена Мироненко. Елена Мироненко, и. о. министра культуры Красноярского края: «Мы официально присваиваем имя нашего прославленного земляка Дмитрия Александровича Хворостовского театру оперы и балета. В устав внесены изменения и документы сейчас находятся на регистрации».</p>	<p>Театру оперы и балета в Красноярске официально присвоено имя Дмитрия Хворостовского.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – сублимированная этическая (нравственно). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: персонификация (носить имя певца); перифраза (наш прославленный земляк).</p>
8.	<p>НТВ 2014 г. https://www.ntv.ru/novosti/839084/</p>	<p>Красноярский театр оперы и балета готовится к самой рискованной и грандиозной постановке. Еще никогда на сцене не находилось столько артистов – в опере задействованы более 200 человек. Впервые во время спектакля будет звучать живой колокольный звон. На сцене Красноярского театра оперы и балета, где завтра дают премьеру «Бориса Годунова», сегодня идет финальная проверка звука, пожалуй, главного музыкального ансамбля, задействованного в постановке, по крайней мере, с точки зрения масштабов. Речь идет о настоящей колокольной звоннице. Девять колоколов в натуральную величину отливали специально для спектакля по древней русской традиции. Чтобы уместить конструкцию в сценическом пространстве, пришлось демонтировать почти половину закулисных помещений.</p>	<p>На спектакле в Театре оперы и балета будет звучать живой колокольный звон.</p>	<p>Задача высказывания – описать факт, событие. Представлено аксиологическое значение частнооценочного типа, а именно – психологическая эмоциональная (радостное событие). Оценка имплицитная. Реализуется посредством следующих средств художественной выразительности: отсутствием.</p>

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра русского языка и речевой коммуникации

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой РЯиРК
 /И.В. Евсева/
« 15 » июня 2021 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ
**ЗНАКОВЫЕ ГОРОДСКИЕ ОБЪЕКТЫ
В АСПЕКТЕ ЛИНГВОИМИДЖЕЛОГИИ**

45.04.01 Филология
45.04.01.01 Русский язык

Магистрант



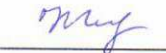
И.С. Жмакина

Научный руководитель



д-р филол. наук, проф.
И.В. Евсева

Нормоконтролер



Н.С. Севруженко

Красноярск 2021

ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

доктора филологических наук, доцента, зав. кафедрой русского языка и речевой коммуникации Евсеевой Ирины Владимировны
на магистерскую диссертацию студента
направления 45.04.01 Филология (магистерская программа 45.04.01.01 Русский язык),
ИФиЯК, СФУ
Жмакиной Ирины Сергеевны
на тему «Знаковые городские объекты в аспекте лингвоимиджелогии»

№	Параметры оценивания	Уровни оценивания			
		высокий	средний	низкий	не представлен
1	Степень вхождения в проблематику, владение методологией исследования	+			
2	Способность к самостоятельному анализу, выводам и обобщениям	+			
3	Филологическая эрудированность и научный стиль изложения	+			
4	Количество и качество анализа языкового материала / качество анализа литературного материала	+			
5	Личный вклад в раскрытие темы	+			
6	Ответственность в отношении к работе	+			
7	Соблюдение графика выполнения магистерской диссертации	+			
8	Отсутствие опечаток, орфографических и/или пунктуационных ошибок	+			

Комментарий научного руководителя

Магистерская диссертация написана магистрантом в срок, график выполнения работы соблюдался систематически. Магистрант продемонстрировала увлеченность темой исследования, что позволило (1) глубоко вникнуть в терминологический аппарат и теоретические вопросы лингвоимиджелогии, (2) разработать лингвистическую имиджформирующую модель знакового городского объекта и продемонстрировать ее эффективность при анализе эмпирического материала.

Поставленная цель и выделенные задачи в магистерской работе решены: методом онлайн-анкетирования выявлены знаковые объекты г. Красноярск; разработана модель описания знаковых городских объектов; собраны и проанализированы с опорой на эту модель медийные тексты о знаковых объектах г. Красноярск. Это дает основание заключить, что Жмакина И.С. за период обучения по программе магистратуры «Русский язык» (1) овладела необходимыми компетенциями, связанными с написанием научной работы, (2) проявила себя как ответственный и усердный магистрант, способный самостоятельно решать поставленные задачи.

Магистерская диссертация Жмакиной И.С. прошла апробацию в виде

совместной с научным руководителем публикации в журнале, индексируемом в БД Scopus, и выступления с докладом на международной научно-практической конференции, за что магистрант была награждена дипломом III степени.

**Итоговая оценка научного
руководителя**

отлично

Доктор филол. наук, доцент



И. В. Евсева

РЕЦЕНЗИЯ ОППОНЕНТА

заведующего кафедрой филологии и языковой коммуникации, кандидата филологических наук, доцента Веккессер Марии Викторовны на магистерскую диссертацию студента направления 45.04.01 Филология (магистерская программа 45.04.01.01 Русский язык). ИФиЯК, СФУ
Жмакиной Ирины Сергеевны на тему «Знаковые городские объекты в аспекте лингвоимиджелогии»

№	Параметры оценивания	Оценка			
		отлично	хорошо	удовл.	неудовл.
1	Новизна и актуальность исследования	+			
2	Лингвистические методы удовлетворяют задачам исследования	+			
3	Выводы соответствуют поставленной цели исследования	+			
4	Соответствие теоретической части практическим задачам исследования	+			
5	Убедительность аргументации и критический анализ	+			
6	Качество оформления магистерской диссертации и демонстрационных материалов (при наличии)	+			
7	Объем текстовой части	+			
8	Количество и оформление библиографических источников (не менее 60 единиц)		+		
9	Теоретическое значение и практическая ценность работы	+			

Комментарий рецензента

В рецензируемом исследовании представлен глубокий анализ лингвистической имиджформирующей модели таких знаковых объектов города Красноярска, как Национальный парк «Столбы», Сибирский федеральный университет и Красноярский государственный театр оперы и балета. Бесспорно, тема магистерской диссертации актуальна и имеет научную новизну, поскольку автор убедительно обосновывает лингвистическую модель знаковых объектов города Красноярска посредством фреймового моделирования.

Представленные в исследовании результаты расширяют эмпирическую базу фреймового анализа концептов Национальный парк «Столбы», Сибирский федеральный университет и Красноярский государственный театр оперы и балета посредством использования понятийного, прагматического и оценочного параметров.

В диссертации проведён основательный анализ научных источников и речевого иллюстративного материала. Заслуживает особого внимания рекомендации лингво-прагматического характера для поддержания положительного имиджа каждого из обозначенных объектов через выявленные лакуны в контексте фреймового моделирования.

Нам было бы интересно мнение автора работы: почему в рассмотренных текстах о «Столбах» и театре преобладающим средством художественной выразительности явилась метафора, а при описании университета – метонимия?

Итоговая оценка рецензента

отлично
отдел

Канд. филол. наук, доцент,
заведующий кафедрой ИФиЯК
ЛПИ – филиала СФУ

Подпись Веккессер М.В.
Заведующий кафедрой ИФиЯК
ЛПИ – филиала СФУ
21.10.2021 год

М.В. Веккессер

Веккессер М.В.

АННОТАЦИЯ

Тема магистерской диссертации – «Знаковые городские объекты в аспекте лингво-имиджологии». Объём текстового материала составляет 139 страниц с тремя таблицами и тремя приложениями. Список литературы содержит 87 источников.

Ключевые слова: лингвоимиджология, лингвоконцептология, концепт, имидж, фреймовая модель концепта, типы оценочных значений, средства языкового выражения оценки.

В работе рассматриваются концепты «Национальный парк “Столбы”», «Сибирский федеральный университет» и «Театр оперы и балета» в теории лингвоимиджологии.

Цель: создание лингвистической имиджформирующей модели знакового городского объекта.

Задачи:

1. изучить основные задачи, терминологический аппарат и теоретические основы имиджологии;
2. с опорой на типологию имиджа, выявить языковые и речевые средства, участвующие в формировании имиджа кого-либо / чего-либо;
3. методом анкетирования выявить знаковые объекты города Красноярска;
4. собрать и проанализировать тексты о знаковых объектах города Красноярска, выявив имиджформирующие составляющие городских объектов в этих текстах.

Практическая значимость: результаты исследования могут применяться в практической деятельности сотрудниками печатных СМИ и служб по связям с общественностью. Материалы диссертации могут быть использованы при разработке курсов лингвистической и журналистской направленности, а также различных спецкурсов по имиджеологии, рекламе и связям с общественностью.

Основные выводы и результаты исследования:

В ходе лингвокогнитивного анализа эмпирического материала (публицистические тексты о знаковом городском объекте) выявлены составляющие исследуемого концепта; построена модель фреймового типа, предусматривающая понятийную, прагматическую и оценочную характеристику слотов фрейма; определены типы оценочных значений, преобладающие в текстах о знаковых городских объектах; установлена частотность языковых средств – художественных тропов, используемых в создании положительного образа изучаемого объекта. В исследовании предложены рекомендации по совершенствованию имиджа каждого из объектов, что может быть учтено при создании новых медиатекстов.

Перспективы дальнейшего исследования: разработанная методология может быть применена к анализу имиджевой составляющей других знаковых региональных объектов.