

Вестник Череповецкого государственного университета. 2022. № 5 (110). С. 127–137.
Cherepovets State University Bulletin, 2022, no. 5 (110), pp. 127–137.

Научная статья
УДК 811.161.1'27:316.77
<https://doi.org/10.23859/1994-0637-2022-5-110-10>

**Современные аспекты исследования коммуникативного пространства региона
(на примере Брестской области)**

Инна Леонидовна Ильичева

Минский государственный лингвистический университет,
Минск, Республика Беларусь
ilicheva@list.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3610-8147>

Аннотация. Коммуникативное пространство региона в настоящее время представляется весьма востребованным не только лингвистикой, но и рядом других гуманитарных наук. Существует необходимость в более глубоком изучении лингвокультурологических и когнитивно-дискурсивных особенностей коммуникативного пространства региона как вербально-знаковой символизации культурного опыта человечества в целом и отражения национальной картины мира, менталитета конкретного народа в частности. В данной статье предпринята попытка наметить аспекты исследования коммуникативного пространства региона с позиций трансдисциплинарного подхода и выделить доминантные векторы его изучения.

Ключевые слова: коммуникативное пространство региона, концепт, ономастикон региона, имидж региона, культурные коды, креолизованный медиатекст

Для цитирования: *Ильичева И. Л.* Современные аспекты исследования коммуникативного пространства региона (на примере Брестской области) // Вестник Череповецкого государственного университета. 2022. № 5 (110). С. 127–137. <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2022-5-110-10>.

**Modern aspects of studying the communicative space of the region
(by the example of Brest region)**

Inna L. Ilyicheva✉

Minsk State Linguistic University,
Minsk, Republic of Belarus
ilicheva@list.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3610-8147>

Abstract. The communicative space of the region currently seems to be in great demand not only in linguistics, but also in a number of other humanities. There is a need for a deeper study into the linguocultural and cognitive-discursive features of the communicative space of the region as a verbal-sign symbolization of the humankind cultural experience in general and a reflection of the national world picture, the mentality of people in particular. This article focuses on the communicative space of the region from the standpoint of a transdisciplinary approach and highlights the dominant vectors of its study.

© Ильичева И. Л., 2022

Keywords: communicative space of the region, concept, onomasticon of the region, image of the region, cultural codes, creolized media text

For citation: Ilyicheva I. L. Modern aspects of studying the communicative space of the region (by the example of Brest region). *Cherepovets State University Bulletin*, 2022, no. 5 (110), pp. 127–137 (In Russ.). <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2022-5-110-10>

Введение

Современный процесс глобализации в той или иной степени охватывает практически все мировое коммуникативное пространство и способствует большему взаимодействию этносов, обмену идеями и ценностями. На фоне экономической, политической и культурной интеграции между государствами возникают и набирают силу процессы иного характера: регионализм, обострение внимания к локальным отличиям, рост интереса к местным традициям и возрождению региональных ценностей. По мнению В. А. Масловой, «интерес к региональным проблемам объясняется несколькими факторами, важнейшие из которых – частичная децентрализация политической и экономической жизни многих крупных регионов»¹.

Со второй половины XX века в классическом научном знании феномен *территориального образа* и вопросы, связанные с особенностями его восприятия, семиозиса и структурирования, попадают в фокус внимания широкого круга научных направлений и дисциплин. Не претендуя на полный анализ данной проблематики, остановимся кратко только на тех научных направлениях, которые не только оперируют географическими категориями, но и осуществляют репрезентацию и интерпретацию пространства в индивидуальном и коллективном сознании: социология, маркетинг, имиджелогия, когнитивная лингвистика, региональная лингвистика, лингвокультурология, ономастика, лингвогеография (аксиологическая география), фольклористика и т. д.

Основная часть

Любая деятельность человека предполагает наличие некой среды или пространства, в котором она осуществляется или, иными словами, как справедливо отмечает Ю. Е. Прохоров, «реальная коммуникация всегда происходит в конкретном коммуникативном пространстве»². Ряд исследователей, определяя коммуникативное пространство, делают акцент на роли участников коммуникации и специфике их взаимодействия. Так, например, Л. Р. Тухватулина указывает, что «современное коммуникативное пространство представляет собой изменчивый феномен, где сосуществуют и обращены друг к другу субъекты и объекты с их процессуальностью, ди-

¹ Маслова В. А. Регионализация как путь к формированию региональной идентичности // Коммуникативные стратегии: Материалы 10-й Международной научной конференции (Минск, 21–22 ноября 2019 г.). Минск: МГЛУ, 2019. С. 178–184.

² Прохоров Ю. Е. Концепт, текст, дискурс в структуре и содержании коммуникации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург: [б. и.], 2006. 40 с.

намикой, незавершенностью, ускользанием от жестких причинно-следственных связей»¹.

Т. А. Воронцова дифференцирует коммуникативное пространство как «зону реальных и потенциальных контактов каждого из участников коммуникации»² и выделяет в нем три значимые сферы: собственно речевую, аксиологическую и когнитивную. Т. А. Воронцова подчеркивает, что речевая сфера – «своего рода дискурсивные конвенции по поводу речевого участия в процессе коммуникации каждого из собеседников». Аксиологическая сфера, по словам Т. А. Воронцовой, образуется посредством системы ценностей и оценок участников коммуникации, а основу коммуникативной составляют ключевые концепты.

Вслед за Т. В. Поплавской, *коммуникативное пространство* в настоящей работе мы понимаем как «языковой ареал, совокупность языковых кодов, социальную группу, сферу общения, территорию, вид деятельности, ситуацию. Оно воспринимается аудитивно, визуально, ментально и репрезентировано материальными и нематериальными объектами»³.

Анализ литературы показывает, что отдельные аспекты изучения коммуникативного пространства фиксируются в ряде научных направлений. Так, приблизительно к середине 90-х годов прошлого века в круг исследовательских интересов в России и за рубежом прочно вошли отдельные вопросы имиджа территорий. Появились и первые научные разработки по имиджированию: Г. Г. Почепцов «Имиджелогия: теория и практика» (1997), А. П. Панкрухин «Имидж территорий» (2006), С. Анхольт «Города и регионы» (2007), С. Анхольт «Места: имидж, идентичность и репутация» (2010), Л. В. Савченко «Имиджелогия» (2010), Д. В. Визгалов «Брендинг города» (2012), Е. А. Джанджугова «Маркетинг туристических территорий» (2018), В. М. Шепель «Духовные истоки имиджа России» (2021).

Примерно в это же время формирование имиджа территорий становится предметом анализа диссертационных работ Н. А. Адриановой «Имидж в стратегии инновационного развития региона: политико-технологический аспект» (2009); С. Н. Еремеева «Формирование имиджа региона как инструмента управления его развитием» (2009); И. С. Важениной «Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде» (2008); Ю. В. Тарановой «Формирование имиджа региона в условиях информационного общества: на примере Ленинградской области» (2010); Е. У. Злотницкого «Социальный механизм управления брендом региона» (2008); И. А. Шабалина «Имидж региона как информационно-политический ресурс» (2005); К. А. Багдасаряна «Бренд региона как маркетинговый фактор социально-экономического развития территории» (2015); Т. Б. Гердта «Формирование имиджа региона как показателя эффективности социально-экономической политики субъекта Российской Федерации» (2010). Несмотря на раз-

¹ Тухватулина Л. Р. Роль коммуникативного пространства в деформациях культуры: автореф. дис. ... канд. философских наук. Томск: [б. и.], 2006. 28 с.

² Воронцова Т. А. Коммуникативное пространство в лингвопрагматической парадигме // Вестник Удмуртского университета. Сер.: История и филология. 2009. № 1. С. 11–17.

³ Коммуникативное пространство масс-медиа; Коммуникативное пространство Беларуси. Минск: МГЛУ, 2021. 148 с.

ные ракурсы и подходы, все исследователи принимают в своих работах за отправную точку термин «имидж территории».

В области гуманитарной географии интересное видение представил известный российский культуролог Д. Н. Замятин, представитель Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачева. На стыке сразу нескольких научных направлений (маркетинг, коммуникативистика, география и культурология) ученый представил и ввел в научный обиход понятие *геокультурный брендинг*. Д. Н. Замятин пишет: «Всякая территория – сельское поселение, город, небольшая местность, крупный район, страна, макрорегион и т. д. – может быть репрезентирована как целенаправленный, детально структурированный образ ... <...> ... геокультурный бренд»¹.

Представители филологического направления акцентируют внимание на вопросах изучения языкового пространства региона, языкового сознания жителей и региональной языковой личности в антропоцентрической парадигме. Филологический взгляд на феномен территориального образа представлен в ряде диссертационных работ и монографий, посвященных анализу речевых способов формирования имиджа региона в СМИ. В качестве примеров укажем некоторые из них: Д. С. Кадачигова «Формирование в СМИ положительного имиджа региона (на примере Камчатского края)» (2020), А. В. Худякова «Формирование положительного образа сельской территории Крайнего Севера региональной печатью (на примере районов Архангельской области)» (2016), И. М. Печищев «Конструирование имиджа территории в Пермской периодике: 1996–2006» (2008), И. А. Сушенкова «Лингвокогнитивное исследование регионального имиджа: на примере Омской области» (2011), Г. Д. Золина «Формирование положительного образа Краснодарского края в средствах массовой информации» (2007), О. В. Прасолова «Формирование имиджа региона в средствах массовой информации (на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры)» (2010).

По мнению многих исследователей, «целенаправленная репрезентация региона в общественном сознании является важным этапом стратегического планирования и существенным условием динамичного развития территории. Одним из наиболее действенных инструментов достижения этих целей становится формирование эффективного имиджа территории в средствах массовой информации»². В силу своей доминантной позиции в медийном пространстве именно медиатексты составляют текстовую канву имиджа и служат идеальной эмпирической базой для проведения исследований.

Изучая информационно-смысловые ориентиры в процессе формирования пространственно-территориального имиджа Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, О. В. Прасолова выделяет стратегии формирования геоимиджа и определяет его структуру. По словам автора, геоимидж округа является сложным конструктом

¹ Замятин Д. Н. Геокультурный брендинг территорий Методология и методика // Библиотечное дело. 2015. № 4 (238) . С. 5–10.

² Прасолова О. В. Формирование имиджа региона в средствах массовой информации: на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж: [б. и.], 2010. 23 с.

со стержневыми и второстепенными элементами. Дополнительно детализируя структуру и дифференцируя содержание геоимиджа, исследователь условно разделяет все элементы на информационные (оценочно-нейтральные) и оценочные (эмоционально окрашенные). Описывая ключевые коммуникативные стратегии формирования имиджа региона, О. В. Прасолова выделяет использование ренейминга в качестве элемента имиджевой стратегии и доминанту имиджа региона – «энергетическое сердце России»².

В фокусе внимания Д. С. Кадачиговой также оказываются не только теоретические вопросы, но и прикладные технологии создания имиджа территории. Исследователь справедливо полагает, что базой для конструирования имиджа региона является «системная совокупность качественных характеристик и содержательных компонентов: позиционирование, мифологизация, эмоционализация, вербализация и визуализация». В ходе контент-анализа 1 700 статей из региональной прессы Камчатского региона автор приходит к выводу, что в процессе создания имиджа важное место занимают тематические рубрики, которые, по ее мнению, выступают в качестве «смыслового конструкта коммуникативных стратегий формирования имиджа региона и служат своеобразным навигатором для жителей региона»¹. Выделив доминантные смысловые блоки «Территория опережающего развития», «Рыбопромышленное сердце России», «Камчатка гостеприимная», «Кормилица России», Д. С. Кадачигова считает, что именно они позиционируют Камчатский край как успешный, с уникальным природно-ресурсным потенциалом².

Современная когнитивная лингвистика и лингвокультурология, существенно расширяя свои горизонты, затрагивают и вопросы категоризации и концептуализации в региональном ракурсе. В исследованиях последних двух десятилетий лингвокультурологи и когнитивисты активно обращаются к изучению концептов в региональном ракурсе. В качестве примера кратко остановимся на исследовании С. К. Сапиевой «Концепт *Кавказ* в российском лингвокультурном пространстве: когнитивно-дискурсивный аспект» (2015).

С помощью лингвокогнитивного и лингвокультурологического подходов С. К. Сапиевой удалось выявить комплекс когнитивных признаков, формирующих концепт *Кавказ* в наивной и научной картине мира носителей языка и сконструировать его полевую модель с присущими ядерной и периферийными зонами. На основе комплексного анализа значительного количества словарных статей, песенных и медийных текстов автор приходит к выводу, что «многоязычный Кавказ как уникальный геополитический и этнокультурный регион играет особую роль в истории и духовной жизни России ... <...> ... ономастический концепт *Кавказ* как его семиотико-ментальное отображение в российском лингвокультурном пространстве актуализирует базовые ценности духовной культуры народов Кавказа (мужество, честь / совесть, гостеприимство, старшинство)».

Отдельный вектор исследования представлен в работе двумя ассоциативными экспериментами. На базе 5426 ассоциативных реакций, полученных в ходе ассоциа-

¹ Кадачигова Д. С. Формирование в СМИ положительного имиджа региона (на примере Камчатского края): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва: [б. и.], 2020. С. 23.

² Там же.

тивных экспериментов «от стимула лексической единицы Кавказ» к реакции, исследователь выявляет общие и специфические черты и формирует ассоциативное поле концепта Кавказ. По словам С. К. Сапиевой, «ономастический концепт *Кавказ* как когнитивно-концептуальное пространство межкультурной коммуникации представляет собой единицу знания о пространственных, этно- и социокультурных характеристиках, определяющих его роль в российской культуре, в формировании языковой и художественной картины мира»¹. Таким образом, становится очевидным, что, являясь кодовым организатором культуры, язык репрезентирует не только «национальный дух» (по В. фон Гумбольдту), но и особенности концептуализации мира жителями разных регионов.

В топонимических исследованиях последних двух десятилетий отмечается возрастающий научный интерес к определенным региональным онимическим единицам, изучение которых помогает создать *топонимический образ территории* в интегративном ракурсе «язык – культура – география». Среди диссертационных исследований можно выделить работы Л. Н. Давлеткуловой «Топонимы в лингвокультурологическом аспекте (на примере географических названий графства Оксфордшир и Челябинской области)» (2014), И. А. Дамбуева «Ойконимия Циркумбайкальского региона: лингвокультурологический аспект» (2004), Т. Т. Денисовой «Прозвища как вид антропонимов и их функционирование в современной речевой коммуникации (на материале прозвищ Шумячского и Ершичского районов Смоленской области)» (2007), Г. А. Джаватовой «Топонимика селения Нижнее Казанище Буйнакского района Республики Дагестан» (2010), О. П. Дмитриевой «Ономастическое пространство Россошанского района Воронежской области» (2009), Т. Н. Дмитриевой «Топонимия бассейна реки Казым» (2006), Г. С. Доржиевой «Топонимия Квебека как отражение франкоязычной культуры региона (этнолингвистический аспект)» (2011), Е. Ч. Дыжитовой «Топономастическая лексика Восточного Забайкалья: сравнительно-исторический, сопоставительно-типологический аспекты» (2016), А. М. Емельяновой «Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтнического города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы)» (2007), Р. Г. Жамсарановой «Топонимия Восточного Забайкалья» (2002), Ю. В. Исламовой «Субстратная топонимия Нижне-Среднего Приобья» (2009). Семантический и структурный анализ региональных онимов позволяет реконструировать пространственный образ как специфический компонент геокультурной модели региона и способствует более полному раскрытию специфики локальной культуры.

Бурное развитие региональных исследований в последние два десятилетия явилось плодотворным и в русле этнолингвистики и фольклористики. Стремление общества к самопознанию обуславливает повышенное внимание ученых к изучению традиционной культуры, в частности, празднично-обрядовой сферы. В. И. Рогачев в своей работе справедливо отмечает, что «в современный период четко наметилась тенденция возрождения национальных традиций, обычаев и обрядов, имеющих глу-

¹ Сапиева С. К. Концепт Кавказ в российском лингвокультурном пространстве: когнитивно-дискурсивный аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Майкоп: [б. и.], 2015. 21 с.

бокую социальную значимость. К ним, несомненно, относится свадебный обряд – наиболее знаменательное событие в жизни любого народа»¹.

Исследования в данной области наглядно иллюстрируют статьи, монографии и диссертационные исследования: А. Б. Григорьева «Свадьба Среднего Притоболья (поэзия и обряд)» (2009), О. Н. Вотинцева «Свадебный фольклор средней и нижней Вычегды: Функциональное определение музыкально-поэтических жанров» (2002), Е. А. Шевченко «Свадебный обряд Лузского района Кировской области: Функциональные аспекты поэтических жанров» (2001), Е. Б. Островский «Вологодский свадебный фольклор: История, традиции, поэтика» (1999), В. И. Рогачев «Свадьба мордвы Поволжья: обряд и фольклор: Историко-этнографические, региональные, языковые аспекты» (2004), Л. Г. Ованесян «Тютнярские частушки как словесно-музыкальный феномен» (2011).

Однако все перечисленные подходы и ракурсы носят достаточно фрагментарный характер и раскрывают только отдельные аспекты изучения коммуникативного пространства региона. Мы полагаем, что на сегодняшний день ощущается недостаток теоретических исследований обобщающего характера. Нерешенными остаются многие вопросы. Какое положение занимают ключевые концепты в языковом сознании жителей региона? Каким образом и с помощью каких лингвокогнитивных приемов формируется имидж региона в медийном пространстве? Какие ономастические единицы служат доминантными маркерами топонимического образа региона? Какие обряды составляют этнокультурный код региона?

Поиск ответов на поставленные вопросы, на наш взгляд, следует осуществлять с позиции трансдисциплинарного подхода, который предполагает изучение коммуникативного пространства региона с учетом ряда доминантных векторов. Объектом нашего исследования выступает коммуникативное пространство Брестского региона, предметом – коммуникативные потоки и стратегии развития. Цель исследования – создать композитную модель коммуникативного портрета Брестчины как матрицу региональной идентичности.

Теоретической и методологической основой исследования выступают концепции, положения и выводы, представленные в трудах отечественных и зарубежных ученых: в области *когнитивной лингвистики* и *лингвокультурологии* (Н. Д. Арутюнова, 1988; Е. С. Кубрякова, 1994; В. И. Карасик, 1998; З. Д. Попова, И. А. Стернин, 2001; С. Г. Воркачев, 2002; В. А. Маслова, 2007; Дж. Лакофф, 1980; Л. Талми, 1988; Р. Лангакер, 1991 и др.); *ономастических исследований* (Е. М. Поспелов, 1975; Ю. А. Карпенко, 1981; О. Н. Трубаев, 1986; В. Н. Топоров 1995; А. В. Суперанская, 2007; Е. Л. Березович, 2009; Л. В. Шулунова 2010 и др.), *теории дискурса* (Т. ван Дейк 1997, В. И. Карасик 2001, Т. Г. Добросклонская 2010, В. Е. Чернявская 2016), *лингвистики креолизованного текста* (Е.Е. Анисимова, М.Б. Ворошилова, В.Е. Чернявская 2019, G. Kress 2003, T. van Leeuwen 2007).

Остановимся на доминантных векторах исследования. По нашему мнению, первостепенное значение имеет изучение когнитивной сферы коммуникативного про-

¹ Рогачев В. И. Свадьба мордвы Поволжья: обряд и фольклор: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Казань: [б. и.], 2004. 43 с.

странства Брестского региона, включающей в себя важнейшие концепты («Беловежская пуша», «Зубр», «1000-летие Бреста», «Брестская крепость» и др.), актуальные для социума данного региона. Конструируя окружающий мир в своем сознании, представители регионального социума интерпретируют как сам этот мир в его многообразии объектов, событий и их характеристик, так и знания о мире в контексте личного языкового и неязыкового опыта взаимодействия с ним. Описание значимых культурных ментефактов Брестчины осуществляется в различных видах дискурсивной практики (поэтический, прозаический и массмедийный дискурсы) с учетом их репрезентации посредством знаков разной модальности.

Вторым вектором исследования может выступать ономастическое пространство региона, поскольку, осваивая пространство, человек маркирует места и объекты окружающего мира с помощью «особых слов – географических названий, или топонимов»¹, в которых гораздо больше, чем в других разрядах имен собственных «запечатлены исторические события той или иной эпохи, имена выдающихся личностей, героев, культурные и духовные ценности народа»². Нам представляется важным исследование фрагмента ономастического пространства Брестского региона и его лингвокультурологических особенностей на основе изучения корпуса региональных топонимов и микротопонимов, которые представляют собой исторически сложившееся единство, целостную систему наименований, присутствующих в сознании носителей языка в виде организованного фрагмента языковой картины мира и выполняющие номинативную, указательную и коммуникативную функции.

Отличительной чертой топонимии Брестского региона, на наш взгляд, являются два фактора: уникальность в историческом плане и природно-ландшафтное разнообразие. Первоначально область называлась Берестейской и входила в состав Туровского княжества, с середины XII века – в состав Киевского княжества, в конце XVIII века после русско-шведской войны стала российской землей. В настоящее время Брестская область расположена на пересечении путей с востока на запад и с севера на восток, граничит с Польшей и Украиной. Брестская область делится на 16 административно-территориальных районов и занимает площадь 32,8 тыс. квадратных километров, из которых около 10 % занимают водные объекты (реки, каналы, озера и болота).

Методом сплошной выборки для анализа были отобраны более 3900 топонимических единиц: из них 1044 гидронимов – наименований водных ресурсов, 768 микротопонимов, 1250 единиц составляют названия урбанистических единиц 7 городов (Брест, Барановичи, Пинск, Кобрин, Береза, Лунинец, Ивацевичи), 600 региональных эргонимов. Топонимы и микротопонимы, выполняя адресно-указательную функцию, играют важную ориентирующую роль в коммуникативном пространстве региона и являются своеобразными памятниками культуры, не менее значимыми, чем памятники материальной культуры. Мы полагаем, что топонимы являются яркими репрезентантами смыслов региональной культуры и их можно рассматривать как своего рода «свернутый лингвокультурный код региона».

¹ Суперанская А. В. Что такое топонимика. Москва: Наука, 1984. 182 с.

² Хонинов В. Н. Калмыцкие топонимы Астраханской области (семантика и структура) 10.02.02 автореф. дис. ...канд. филол. наук. Москва: [б. и.], 2005 28 с.

Важной составляющей при изучении коммуникативного пространства региона является имидж региона в СМИ. На фоне общего текстового потока СМИ региона поликодовые региональные медиатексты выделяются в силу большей концентрации невербальных средств. Анализ показывает, что с помощью знаков разных семиотических систем позиционируются различные тематические слоты («природные условия и туристическая деятельность», «экономические характеристики», «люди региона», «научный и инновационный потенциал», «ситуация в социальной сфере», «этно-конфессиональное своеобразие», «культурно-исторические особенности», «город 1000-летия»), представляющие Брестчину. Появление новых цифровых форматов СМИ меняет масштаб социальных коммуникаций и способствует конструированию поликодового имиджа Брестского региона в различных соцсетях («ВКонтакте», Facebook, Instagram, «Одноклассники»), на платформе YouTube, а также в мессенджере (Telegram).

К числу доминантных векторов следует отнести и этнокультурные коды Брестчины. Реконструкция и описание региональных обрядов (Мотольского обряда «Свадебный каравай», Лунинецкого обряда «Ваджэнне Кусты», Ивацевичского обряда «Намскі Вялікдзень», Бездежского обряда-хоровода «Стрилка») с помощью акциональных и персонажных кодов, изучение традиционных обрядовых текстов, способствует бережному отношению к этнокультурному наследию региона.

Выводы

Таким образом, комплексное изучение коммуникативного пространства региона возможно только с учетом изучения лингвокогнитивных и семиотических способов формирования медиаобраза региона посредством контент-анализа региональных поликодовых медиатекстов; выявления и описания языковых и неязыковых средств объективации лингвокультурных концептов; описания моделей регионального ономастического и локальных особенностей обрядовых действий Брестчины. Вспоминая слова Т. В. Черниговской о том, что XXI век – век конвергентного и трансдисциплинарного знания, мы считаем, что только синтез научного знания и трансдисциплинарное осмысление позволят интегрировать полученные результаты в единое целое – коммуникативный портрет региона.

Список источников

- Воронцова Т. А. Коммуникативное пространство в лингвопрагматической парадигме // Вестник Удмуртского университета. Сер.: История и филология. 2009. № 1. С. 11–17.
- Замятин Д. Н. Геокультурный брендинг территорий Методология и методика // Библиотечное дело. 2015. № 4 (238). С. 5–10.
- Кадачигова Д. С. Формирование в СМИ положительного имиджа региона (на примере Камчатского края): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва: [б. и.], 2020. 26 с.
- Коммуникативное пространство массмедиа; Коммуникативное пространство Беларуси (коллективная монография). Минск: МГЛУ, 2021. 148 с.
- Маслова В.А. Регионализация как путь к формированию региональной идентичности // Коммуникативные стратегии: материалы 10-й Международной научной конференции (Минск,

21–22 ноября 2019 г.). Минск: МГЛУ, 2019. С. 178–184.

Прасолова О. В. Формирование имиджа региона в средствах массовой информации: на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж: [б. и.], 2010. 23 с.

Прохоров Ю. Е. Концепт, текст, дискурс в структуре и содержании коммуникации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург: [б. и.], 2006. 40 с.

Рогачев В. И. Свадьба мордвы Поволжья: обряд и фольклор: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Казань: [б. и.], 2004. 43 с.

Сапиева С. К. Концепт Кавказ в российском лингвокультурном пространстве: когнитивно-дискурсивный аспект: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: Майкоп: [б. и.], 2015. 21 с.

Суперанская А. В. Что такое топонимика. Москва: Наука, 1984. 182 с.

Тухватулина Л. Р. Роль коммуникативного пространства в деформациях культуры: автореф. дис. ... канд. философских наук. Томск: [б. и.], 2006. 28 с.

Хонинов В. Н. Калмыцкие топонимы Астраханской области (семантика и структура): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва: [б. и.], 2005. 28 с.

References

Vorontsova T. A. Kommunikativnoe prostranstvo v lingvopragmaticheskoi paradigme [Communicative space in the linguistic and pragmatic paradigm], *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya: Istorii i filologii* [Bulletin of Udmurt University. Series: History and Philosophy], 2009, no. 1, pp. 11–17.

Zamiatin D. N. Geokul'turnyi brending territorii Metodologiya i metodika [Geocultural branding of territories Methodology and principles]. *Bibliotchnoe delo* [Library science], 2015, no. 4(238), pp. 5–10.

Kadachigova D. S. *Formirovanie v SMI polozhitel'nogo imidzha regiona (na primere Kamchatskogo kraia)* [Making a positive image of the region in the media (by the example of the Kamchatka Territory): Abstract Cand. thesis in Philological Sciences]. Moscow, 2020. 26 p.

Kommunikativnoe prostranstvo massmedia; Kommunikativnoe prostranstvo Belarusi [Communicative space of mass media; Communicative space of Belarus]. Minsk: MGLU, 2021. 148 p.

Maslova V.A. Regionalizatsiya kak put' k formirovaniyu regional'noi identichnosti [Regionalization as a way to the construction of regional identity]. *Kommunikativnye strategii: materialy 10-i Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii (Minsk, 21–22 noiabria 2019 g.)* [Communication strategies: Proceedings of the 10th International Scientific Conference (Minsk, 21–22 November 2019)]. Minsk: MGLU, 2019, pp. 178–184.

Prasolova O. V. *Formirovanie imidzha regiona v sredstvakh massovoi informatsii: na primere Khanty-Mansiyskogo avtonomnogo okruga – Iugry* [Construction of the region image in the media: by the example of Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Yugra: Abstract Cand. thesis in Philological Sciences]. Voronezh, 2010. 23 p.

Prokhorov Yu. E. *Kontsept, tekst, diskurs v strukture i sodержanii kommunikatsii* [Concept, text, discourse in the structure and content of communication: Abstract Dr. thesis in Philological Sciences]. Ekaterinburg, 2006. 40 p.

Rogachev V. I. *Svad'ba mordvy Povolzh'ia: obriad i fol'klor* [The wedding of the Mordovians in the Volga region: ritual and folklore: Abstract Dr. thesis in Philological Sciences]. nauk. Kazan', 2004. 43 p.

Sapieva S. K. *Kontsept Kavkaz v rossiiskom lingvokul'turnom prostranstve: kognitivno-diskursivnyi aspekt* [The concept of the Caucasus in the Russian linguistic and cultural space: a cognitive-discursive aspect: Abstract Cand. thesis in Philological Sciences]. Maikop, 2015. 21 p.

Superanskaia A. V. *Chto takoe toponimika* [What is toponymy]. Moscow: Nauka, 1984. 182 p.

Tukhvatulina L. R. *Rol' kommunikativnogo prostranstva v deformatsiakh kul'tury* [The role of communicative space in the culture deformations: Abstract Cand. thesis in Philosophical Sciences]. Tomsk, 2006. 28 p.

Khonin V. N. *Kalmytskie toponimy Astrakhanskoi oblasti (semantika i struktura)* [Kalmyk toponyms of Astrakhan region (semantics and structure): Abstract Cand. thesis in Philological Sciences]. Moscow, 2005. 28 p.

Сведения об авторе

Инна Леонидовна Ильичева – аспирант, <https://orcid.org/0000-0003-3610-8147>, ilicheva@list.ru, Минский государственный лингвистический университет (д. 21, ул. Захарова, 220034 г. Минск, Республика Беларусь); **Inna L. Ilyicheva** – Postgraduate student, <https://orcid.org/0000-0003-3610-8147>, ilicheva@list.ru, Minsk State Linguistic University (21, ul. Zakharova, 220034 Minsk, Republic of Belarus).

Статья поступила в редакцию 23.08.2022; одобрена после рецензирования 12.09.2022; принята к публикации 14.09.2022.

The article was submitted 23.08.2022; Approved after reviewing 12.09.2022; Accepted for publication 14.09.2022.