

Библиографический список

1. *Ефремова Т. Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. 2000. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.efremova.info/>.
2. *Кожмякин Е.* Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. № 2 (73). 2010. Вып.11. С.13-21
3. *Согомонян В.* Что такое дискурс власти? // 21-й век. 2012. №1(21). С. 34–50.
4. Стратегия социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 года (актуализированный вариант) [Электронный ресурс]: одобрена постановлением Правительства Свердловской области от 29.12.2010 г. № 1910-ПП. Режим доступа: <http://fdsol.ru/content/2014/03/31/d66a62f759.pdf>

Alexandra N. Danilova

INTERACTION OF MEDIA DISCOURSE AND DISCOURSE OF AUTHORITY IN PROMOTION OF CONCEPT OF THE SVERDLOVSK REGION

Abstract

The article deals with the definitions of "media discourse" and "discourse of authority", and the interaction of these phenomena in the promotion of strategy for socio-economic development of the Sverdlovsk region in the media in the region.

Keywords: discourse, media discourse, authority, promotion, region, Sverdlovsk region

УДК 81

Е. Ю. Дуреко

КЛЮЧЕВЫЕ СМЫСЛЫ «ЕКАТЕРИНБУРГ — СТОЛИЦА УРАЛА» В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация: Ключевые смыслы «Екатеринбург–столица Урала» выделились в медийном дискурсе в результате повторной идентификации территорий. Ключевые смыслы в тексте представлены ключевыми словами и семантико-тематическими блоками лексики, которые в процессе развертывания в ассоциативно-вербальной сети обладают способностью формировать фрагмент языковой картины мира. Специфической особенностью ключевых слов «Екатеринбург – столица Урала» является функционирование в медиатекстах в качестве вторичной номинации Екатеринбурга, которая, чаще всего, позволяет избежать речевых повторов, а в некоторых случаях употребления сообщает о дополнительных свойствах предмета речи.

Ключевые слова: ключевой смысл, ключевое слово, «Екатеринбург – столица Урала», вторичная номинация.

В 90-х годах Советский Союз перестал существовать и в силу вступили процессы новой идентификации территорий. А. С. Панарин связывает активизацию процессов формирования региональной идентичности, символического позиционирования регионов после перестройки с тем, что «перед новыми агентами — регионами, появившимися в результате распада старой системы, встала проблема самоидентификации субъекта политики и его дальнейшей презентации в информационном пространстве» [6, с. 204]. Затронули эти процессы и Урал: старый Свердловск, город заводов и машиностроителей, стал частью истории, новый геополитический субъект Екатеринбург нуждался в осмыслении. В медийном дискурсе выделились ключевые смыслы «Екатеринбург — третья столица», «столица Евразии» и «столица Урала».

Под дискурсом понимается общность тематически соотнесенных текстов, которая является языковым коррелятом общественной практики.

Ключевые смыслы в медиатекстах мы изучали по их репрезентантам — ключевым словам. Ключевые слова являются элементами микроструктуры текста, которая, согласно Т. М. Дридзе, тесно связана с его макроструктурой [3, с. 89]. В смысловой структуре текста место предикации первого порядка занимает информация о концепции или авторский замысел, который передает основную идею сообщения. В качестве предикаций второго, третьего и т. д. порядка выступают языковые средства, которыми передано общее содержание текста. При изучении репрезентаций ключевых смыслов мы выявляли их место в предикативной структуре, а также частично использовали методику О.В. Орловой, которую она применила при исследовании медиаконцептов в томской семиосфере. По словам ученого, изучение их репрезентаций предполагает выявление основных векторов ассоциативно-смыслового и аксиологического развертывания медиаконцептов в различных дискурсах. Следующим этапом исследования является «воссоздание типовой картины динамического развития регионально значимых концептов с разным миромоделирующим потенциалом...» [5, с. 9]. Под миромоделирующим потенциалом О. В. Орлова понимает способность концептов в процессе ассоциативно-смыслового развертывания в медиатексте выполнять лингвоментально-креативные и трансформативные функции, формируя фрагмент коллективной картины мира [4, с. 33].

Из трех выявленных нами смысловых направлений — «третья столица», «столица Евразии» и «столица Урала», смыслы «Екатеринбург — столица Урала» репрезентируются в медиатекстах чаще всего. Всего с конца 90-х по 2015 год нами выявлено 1 000 медиатекстов федеральных и региональных СМИ, где встречаются одноименные ключевые слова. При подходе к анализу элементов ключевого смысла «Екатеринбург – столица Урала» мы предположили, что ключевые слова «столица Урала» входят в предикации высших уровней, близкие к авторскому замыслу, и при ассоциативно-смысловом развертывании в медиатекстах активируют в коллективной картине мира представления об Урале как об особой территории. Символическое пространство Урала, как правило, противопоставлено русской равнине. По словам В.В. Абашева, с Уралом в русскую культуру вошла новая модель геопространства, доминирующим началом которой стала не равнинная бескрайность, а темная и неистощимая подземная глубина» [1, с. 25].

Однако обзор медиатекстов, в которых Екатеринбург называют «столицей Урала», показал, что эти ключевые смыслы не активируют в ментальной картине мира особых представлений об Урале. Ключевые смыслы «Екатеринбург – столица Урала» не имеют в медийном дискурсе вектора ассоциативно-смыслового и аксиологического развертывания, и чаще всего ключевые слова встречаются в текстах СМИ как альтернативная номинация Екатеринбурга.

С одной стороны, функционирование смыслов «столица Урала» в качестве вторичной номинации связано с тем, что, согласно Н.Д. Арутюновой, гетерономинативность может быть следствием предидирующих возможностей номинаций, пользуясь которыми говорящий одновременно идентифицирует предмет речи для собеседника и сообщает о нем дополнительные сведения или дает ему оценку [2, с. 101]. С другой стороны, рассказывая о Екатеринбурге, журналист стремится избежать речевой однообразности и частых повторов, и номинация «столица Урала» является логически подходящей для геополитического субъекта «город Екатеринбург», поскольку он является столицей Свердловской области, в этом городе располагается контролирующий орган всего Уральского федерального округа – аппарат полномочного представителя Президента страны.

Мы выявили несколько основных типов репрезентаций ключевых смыслов «Екатеринбург — столица Урала». В первом случае одноименные ключевые слова выполняют только номинативную функцию, обозначая в медиатексте геополитический субъект «город Екатеринбург». Таких текстов большинство, и в них ключевые смыслы не входят в предикации высших уровней и имеют второстепенное отношение к авторскому замыслу и основной мысли текста. Только за 2012 год в «Областной газете» мы выявили 80 текстов, содержащих такие употребления ключевых слов «столица Урала», в информационном агентстве «АПИ» — 31 текст, в газете «Вечерний Екатеринбург» в период с января 2013 года по март 2013 года — более 50 текстов.

В таких случаях о Екатеринбурге как о «столице Урала» говорят в следующих контекстах: *...в эти дни столица Урала принимает министров иностранных дел России, Германии, Индии, Китая и Бразилии* (из-за этого изменился график опрессовок – Е.Д.) (Комсомольская правда, 2008.05.13). *С самого утра столица Урала превратилась в одну большую пробку...* (Новый регион, 2005.09.10). *Столица Урала в летний период активно отдыхала от театральной жизни* (Новый регион, 2005.08.25). *Столица Урала осталась без горячей воды* (Новый регион, 2005.06.01); *...столица Урала будет ощущать нехватку природных запасов воды еще ближайшие три года...* (Новый регион, 2004.10.08). *Выборы в столице Урала прошли 8 сентября, согласно окончательным данным, Евгений Ройзман набрал на них 33,31% голосов.* (Независимая газета, 2013.09.13). *Мэрия столицы Урала разработала логотип Года литературы в Екатеринбурге (главная мысль о том, что на логотипе будет профиль П. П. Бажова — Е. Д.)* (Областная газета, 13.02.2015). *Днем 13 апреля столицу Урала убирают 230 единиц различной техники* (Областная газета, 13.04.2015).

В некоторых случаях ключевые смыслы «Екатеринбург — столица Урала» активизируют в медийном дискурсе представления о различных свойствах уральской столицы и отношение говорящих к ним. Такой смыслопорождающий потенциал обеспечивается, с одной стороны, тем, что в некоторых медиатекстах ключевые смыслы «Екатеринбург — столица Урала» включаются в предикации, близкие к авторскому замыслу, с другой — тем, что вторичная номинация, по словам Н.Д. Арутюновой, может сообщать и о дополнительных свойствах предмета речи [2, с. 101].

Такие репрезентации ключевых смыслов встречаются, например, когда о Екатеринбурге говорят в связи с крупным мероприятием: *столица Урала официально вошла в список пока из трех городов, выдвинувших свои кандидатуры на «ЭКСПО-2020»* (Джастмедиа, 2011. 28 октября).

При сравнении Екатеринбурга с другими городами ключевые смыслы «столица Урала» сообщают о дополнительных свойствах города: *... ребятам понравилось играть в столице Урала. Огромное количество болельщиков присутствовало на стадионе и яростно поддерживало нас. Как показывает практика, в Москве люди на матчи молодежной сборной России не ходят* (Известия, 2012.10.11). Текст активизирует представление о том, что в «столице Урала» молодежный футбол любят больше, чем в Москве. Сравнивают «столицу Урала» с Москвой и по степени развитости строительной сферы: *Сейчас в городе 322 строящихся объекта... почти столько же, сколько в Москве, хотя по площади столица Урала меньше в два раза* (Новый регион 2, 2008.04.08).

О Екатеринбурге как о «столице Урала» говорят и в связи с развитием города в разных отраслях: *...столица Урала — один из самых сильных производительных центров, промышленно развитый город* (Комсомольская правда, 2008.07.25). *Столица Урала действительно в последние годы бурно растет, развивается вверх и вширь* (Новый регион 2, 2008.01.29). *...Столица Урала входит в тройку-четверку крупнейших городов России, а Челябинск всего лишь в первую десятку* (Новый регион, 2005.03.02).

Актуальна в медийном дискурсе и тема необычности облика «столицы Урала»: *...столица Урала вообще славится своей любовью к необычным монументам* (Новый регион, 2004.04.17). Визитную карточку Екатеринбурга спустя 20 лет власти решили привести в благопристойный вид <...> *...220-метровая телевизионная башня в центре Екатеринбурга – самая высокая постройка в городе, ее видно практически из любого конца столицы Урала* (Независимая газета, 2013.03.05). *...Привлекательней всего выглядит столица Урала. Экскурсанты посетят исторические здания в центре города...* (Независимая газета. 2011.05.17).

«Столица Урала» — это также город с развитой культурой: *...возникло то, чего еще не было не только в столице Урала, но и в целой России: гетіх-опера, где музыка Моцарта получила новую жизнь в аранжировке джазовой певицы Елены Захаровой...* (Независимая газета, 2006.03.27).

Нередко ключевые слова «столица Урала» употребляются рядом с лексемой «Екатеринбург». В этих случаях их номинативная функция уходит на второй план, в фокусе внимания в дискурсе оказывается сообщаемое ключевыми словами свойство «столичности»: *Столица Урала Екатеринбург – город довольно молодой, ему менее 300 лет* (в связи со строительством и разрушением исторических памятников – Е.Д.) (Труд-7, 2006.12.19); *особое внимание будет уделяться развитию столицы Урала – городу Екатеринбургу* (Областная газета. 2009. 25 ноября); *Екатеринбург – столица Урала, лицо Свердловской области...* (Областная газета. 2008. 17 марта).

В медийном дискурсе ключевые смыслы «Екатеринбург – столица Урала» не проявляют миромоделирующего потенциала и не развивают представлений об Урале как об особой территории. Они функционируют в медиатекстах как вторичная номинация Екатеринбурга, проявляя ряд особенностей.

Во-первых, находясь на периферии предикативной структуры медиатекста, ключевые смыслы «столица Урала» выполняют лишь функцию номинирования геополитического субъекта «город Екатеринбург».

Во-вторых, включаясь в дискурсивный узел, который связан с актуальным информационным поводом, и предикациями высшего порядка, смысл «столица Урала» становится элементами смыслового сгущения в медийном дискурсе и сообщает о дополнительных свойствах геополитического субъекта «город Екатеринбург».

В-третьих, когда ключевые слова «столица Урала» употребляются в медиатексте рядом с лексемой «Екатеринбург», они утрачивают номинативную функцию и сообщают о таком свойстве геополитического субъекта, как «столичность».

В завершении мы хотели бы отметить, что из трех направлений развития ключевого смысла «Екатеринбург – столица» («третья столица», «столица Евразии» и «столица Урала») ключевые смыслы «Екатеринбург – столица Урала» наиболее ярко представлены в самых разных дискурсивных практиках. Ярким показателем этого является хотя бы то, что в Екатеринбурге выходит журнал «Столица Урала», работает муниципальное учреждение «Столица Урала», в сети Интернет есть сайт о Екатеринбурге «Столица Урала». В городе работает агентство недвижимости и туризма «Столица Урала» и даже питомник голденретриверов и кламбер спаниелей «Столица Урала».

Библиографический список

1. *Абашеев В. В.* Русская литература Урала. Проблемы геоэтики: учеб. пособие. Перм. гос. нац. иссл. ун-т. Пермь, 2012. 140 с.
2. *Арутюнова Н. Д.* Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
3. *Дридзе Т. М.* Язык и социальная психология. М.: Высшая школа, 1980. 224 с.
4. *Орлова О. В.* Миромоделирующий потенциал регионально маркированного медиа-концепта: концепт нефть в томской медиасфере // Вестник Томского государственного университета. Томск: Томский государственный университет, 2010. № 4. С. 33–41
5. *Орлова О. В.* Проблемы изучения актуальных концептов региональной картины мира // Актуальный срез региональной картины мира: культурные концепты и неомифологии. Томск: Издательство Томского государственного педагогического университета, 2011. С.4–9.
6. *Панарин А. С.* Политология: учебник. МГУ. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ООО ТК «Велби»; Проспект, 2003. 448 с.

THE KEY MEANINGS «EKATERINBURG IS THE CAPITAL OF THE URAL» IN MEDIA DISCOURSE

Abstract: The key meanings «Ekaterinburg is the capital of the Ural» appeared in media discourse as a result of the process of re-identification of territories. Key meanings are presented in the text by the key words and semantic-thematic units vocabulary. The key words in the process of deploying in the associative-verbal network have the ability to form a fragment of a language picture of the world. Keywords "Ekaterinburg – the capital of the Ural" in the media text does not implement this ability of key meanings. Their specific feature is functioning in media texts as a secondary category of Yekaterinburg, which often, allows avoiding speech repetition. On the other, in the some cases of use, the Keywords are able to reports on additional properties of the object of speech.

Keywords: the key meanings, the key word, «Ekaterinburg is the capital of the Ural», secondary nomination.

УДК 659

О. Л. Иванова

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ СОБЫТИЕ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЖИТЕЛЯ УРАЛА

Аннотация. Определена роль культурной идентичности жителя конкретной территории в условиях глобализации. Описаны возможности использования художественной акции как формы передачи социального опыта эмоционально-ценностных отношений для целенаправленного формирования культурной идентичности жителя Урала.

Ключевые слова: культурная идентичность, бренд территории, имидж территории, глобализация, локализация, акционизм, художественная акция, опыт эмоционально-ценностных отношений.

Понятие «идентичность» используется в различных областях социального знания. Психологи изучают индивидуальную идентичность, социологи рассматривают специфику социальной идентичности, этнологи – этнической, культурологи — культурной. Считается, что термин «идентичность» ввели Э.Эриксон в рамках авторской теории идентичности и Г. Тэджфел в области социальной психологии. Г. Тэджфел определил ее как «часть Я-концепции индивида, которая возникает из осознания своего членства в социальной группе (или группах) вместе с ценностным и эмоциональным значением, придаваемым этому членству» [5, с. 14]. Несмотря на принадлежность к той или иной научной сфере, в трактовке термина всегда остается аспект индивидуального отношения к чему-либо, формирования оценочных суждений по принципу «мы — они», «свой — чужой».

Осознание «чужого», «другого» происходит только процессе формирования представлений о «своем». Более того, отнестись к «другому» как к определенной ценности невозможно, пока нет осознания ценности «своего». Это относится ко всем формам личной идентичности, но особенно четко проявляется в формировании культурной идентичности. Особенное значение осознание своей культурной идентичности приобретает в международных отношениях в условиях глобализации. Глобализация в экономической, социальной, политической формах жизни приводит к быстрому распространению в различных регионах тех типов культуры, ценностей, знаний, которые наиболее полно удовлетворяют актуальные личные и общественные потребности.

При безусловном позитивном значении международной интеграции, для ряда регионов существует опасность культурного и экономического поглощения более сильными