

УДК 070(470.5–25) + 316.73(470.5–25)

Е. Ю. Дуреко

МЕДИАКОНЦЕПТ «ЕКАТЕРИНБУРГ — СТОЛИЦА» И ЕГО ВАРЬИРОВАНИЕ В ЖУРНАЛИСТСКОМ ДИСКУРСЕ

Рассматривается варьирование медиаконцепта «Екатеринбург — столица» в журналистском дискурсе. Медиаконцепт — относительно новый термин, основной сферой его бытования является коммуникативное пространство СМИ. На примере медиаконцепта «Екатеринбург — столица» выявлены варианты концепта, возникшие в результате взаимодействия журналистского и политического дискурсов. Прослеживается динамика актуальных смыслов в структуре медиаконцепта и его вариантов, обусловленная сменой хронотопа и стратегиями позиционирования региона.

Ключевые слова: концепт, варьирование концепта, медиаконцепт, столица Уральской республики, столица Урала, третья столица, столица Евразии.

Формирование имиджа той или иной территории, «историческая жизнь места (локуса) сопровождается непрерывным процессом символизации» [1, 11]. Сетка семантических констант постепенно закрепляется в фольклоре, топонимике, исторических повествованиях, художественной литературе. Становясь доминирующими категориями описания места, эти константы формируют локальный текст культуры, «определяющий наше восприятие и видение места, отношение к нему» [Там же, 12].

К числу таких констант относятся концепты, под которыми мы понимаем «оперативную содержательную единицу памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [8, 90].

Структуру концепта можно представить как поле, в центре которого основное понятие — ядро, в котором находится «прототипическая единица универсального предметного кода» [13, 64]. Вокруг ядра формируются базовые слои, расположенные в последовательности от более абстрактных к менее абстрактным. На периферии располагается интерпретационное поле концепта.

Концепты характеризуют бытие во всей его полноте, от обиходного состояния, обыденных мыслительных операций, до выхода на смыслоопределяющие ориентиры поведения. По словам Ю. С. Степанова, концепты «не только мыслятся, они переживаются» [17, 41].

Концепт принадлежит к ментальной сфере, однако выявить смыслы, наполняющие его базовые слои, мы можем по их репрезентантам. Концепт не существует в застывшем виде, а постоянно реализуется в речевой практике, в потоке вербализации определенных ментальностей, т. е. в дискурсе. Дискурс может быть рассмотрен как ситуация общения посредством текста, при

ДУРЕКО Елена Юрьевна — руководитель проектов Издательско-полиграфического холдинга «АМБ» (Екатеринбург), соискатель степени кандидата филологических наук (e-mail: dureko@mail.ru).

этом акцентируются параметры общения (ситуативно-ориентированный подход) и позиционирование в процессе общения (субъектно-ориентированный подход).

Как пишет В. И. Карасик, в первом случае мы обращаем внимание на «прагматингвистические характеристики дискурса, из которых важнейшей является коммуникативная тональность (как осуществляется общение), во втором случае на первый план выходят социолингвистические характеристики дискурса (кто осуществляет общение)» [7, 294]. Поскольку коммуникативное поведение коллективно, в одной речевой ситуации могут сосуществовать разные типы дискурсов. Дискурс по своей природе неоднороден. О. Ф. Русакова и В. М. Русаков рассматривают структуру дискурса как «фрактальную, телескопическую, организованную по принципу вложенности одних компонентов в другие» [14, 22]. На разных этапах развертывания дискурса в нем задействованы различные коммуникаторы, реализующие в текстах разнообразные речеповеденческие тактики и различные варианты концепта.

Концепт как конструктор сознания ассимилируется к различным культурам, вбирает в себя окружающую действительность и варьируется, подчиняясь меняющимся внешним условиям. Проблемы вариативности достаточно полно освещены относительно языковых единиц. Э. В. Кузнецова считает отношения вариантности «универсальными для системы языка в целом и органически связанными со всеми видами системных отношений» [9, 100] в языке. Явление вариативности единиц языка обусловлено двумя факторами: «а) существованием каждой единицы в виде некоторого класса и б) использованием в речи всегда одного представителя класса» [16, 212]. Речевая реализация единиц языка обычно характеризуется «достаточно широким диапазоном вариативности, при которой формально различающиеся речевые сегменты (единицы речи) признаются материальным воплощением одной и той же единицы языка» [3, 77]. Применительно к концепту это может означать то, что в процессе своей актуализации он будет сохранять прототипическое ядро, меняя свою периферию, интерпретационные смыслы.

Проблема вариативности концепта в той или иной степени затрагивалась различными исследователями. Существует разграничение на когнитивные, не имеющие культурной специфики, и лингвокультурные концепты. З. Д. Попова и И. А. Стернин приводят несколько типов когнитивных концептов: представление, схема, понятие, фрейм, сценарий, гештальт. Лингвокультурные концепты, под которыми понимаются основные категории культуры, подробно описаны в словаре констант Ю. С. Степанова. Как можно заметить, в основе такого деления лежит тип сознания — общечеловеческий и культурно-исторический.

Вариативность концепта может быть обусловлена не только типом сознания, но и типом дискурса. Современные исследователи выделяют новый тип концепта — медиаконцепт. По словам О. В. Орловой, медиаконцепты «инициированы массмедиа, “обитают” в коммуникативном пространстве СМИ, имеют ограниченный утилитарно-практическими и социально-политическими факторами жизненный цикл, а также, фокусируя и определяя актуальные социокультурные тенденции развития общественного сознания определенной

эпохи, как правило, не несут и не транслируют “вертикальных” исторически и культурообусловленных коннотаций. В современной томской медиасфере можно выделить такие яркие концептуальные доминанты, как интеллектуальная столица Сибири, инновационный центр, нефть» [2, 5]. Из приведенных рассуждений следует, что отличительной особенностью медиаконцептов является, во-первых, то, что они бытуют в медиатексте, в медиадискурсе, во-вторых, то, что они определяют и фокусируют актуальные социокультурные тенденции.

В последние годы в политическом и журналистском дискурсах актуализировалось представление о столице. Лексикографическая практика закрепила за лексемой *столица* основное значение — «главный город государства, место пребывания правительства, правительственных учреждений» [11, 768]; а также переносное, метафорическое толкование со стилистической коннотацией — «*публиц.* О городе, являющемся центром чего-либо (области, края, место сосредоточения чего-либо). *Столица Сибири, столица войска Донского, автомобильная столица страны*» [5, 1272].

Именно второй, метафорический концепт стал текстопорождающей структурой, актуализирующей значимые для социума смыслы. В словаре перифраз А. Б. Новикова, основанном на материале газетной публицистики, в статье на лексему «столица» приводится 22 выражения, среди которых «столица Беломорья (г. Архангельск), столица газовиков (г. Новый Уренгой), столица Дона (г. Ростов-на-Дону), столица курортов (г. Сочи), столица Приморья (г. Владивосток), столица Сибири (г. Новосибирск), столица Урала (г. Екатеринбург), культурная, северная, трамвайная столица (г. Санкт-Петербург), самоварная столица (г. Тула), текстильная столица (г. Иваново), южная столица (г. Ростов-на-Дону)» [10, 232–237].

Появление этих повторных номинаций обусловлено кардинальными переменами в жизни российского общества. Это отражение закономерных процессов формирования региональной идентичности, которые с различной интенсивностью происходили по всей стране. Толчком к началу этих процессов послужили политические изменения — развал СССР и возникновение нового государства, где все, в том числе и территории, нуждалось в переосмыслении. Как пишет А. С. Панарин, «перед новыми агентами — регионами, появившимися в результате распада старой системы, встала проблема самоидентификации субъекта политики и его дальнейшей презентации в информационном пространстве» [12, 204].

Чтобы включиться в новые информационные потоки, многие территории и населенные пункты должны были пройти через процесс «повторной образной номинации, становления нового имиджа» [4, 41]. Под имиджем региона мы понимаем некоторый «набор признаков и характеристик, которые на эмоционально-психологическом уровне ассоциируются у широкой общественности с конкретной территорией» [6, 16].

Геобрендинг территории в России идет по нескольким смысловым линиям. Прежде всего, это позиционирование относительно двух признанных столиц — Москвы и Санкт-Петербурга. Показательными в этом плане стали номинации

третьи столицы, которые активно приписывали себе города-миллионники. Наряду с этим в медиа- и властном дискурсах активно используются аксиологически отмеченные номинации, привязанные обычно к локусу или к доминантной характеристике города: *Ростов-на-Дону — южная столица России; Тюмень — нефтегазовая столица; Тула — оружейная столица России; Томск — университетская столица*. Причем подобные перифразы в медийном дискурсе в настоящее время начинают превалировать, поскольку для самосознания жителей регионов важно отделиться от политических центров России.

Дискурс СМИ специфичен, так как в нем задействованы различные субъекты, выступающие в роли коммуникаторов или информационных источников, комментирующих текущие события. В силу неоднородности дискурса в качестве его субъектов могут выступать журналисты, представители власти, деятели культуры и др.

В медиадискурсе представление о Екатеринбурге как о столице и концепт «столица» являются актуальными. Именно в массмедиа в начале 90-х гг. началось активное продуцирование смыслов, связанных со «столичностью» города.

Процессы, направленные на поиск путей, способных сообщить городу Екатеринбургу необходимую идентичность, привели к актуализации в дискурсе СМИ смысловых направлений «Екатеринбург — столица Уральской республики», «Екатеринбург — третья столица», «столица Урала» и «столица Евразии». Причем варианты медиаконцепта «столица» имеют достаточно четко фиксированный хронотоп.

Первый вариант медиаконцепта «Екатеринбург — столица» — «Екатеринбург — столица Уральской республики» активно разрабатывался в журналистском дискурсе в первой половине 90-х гг. прошлого столетия. Процессы, направленные на поиск путей, способных сообщить городу Екатеринбургу необходимую идентичность, изначально были инициированы представителями власти. В 90-е гг. тогдашний губернатор Э. Э. Россель со своей командой активно продвигал идею создания «Уральской республики». Александр Левин, руководитель администрации Э. Э. Росселя, один из авторов идеи создания Уральской республики, в интервью РИА «ФедералПресс» от 30 октября 2003 г. рассказывает о сути этого проекта:

Идея республики изначально предполагала включение нескольких субъектов Федерации в рамках ассоциации «Большой Урал». Эта идея была экономически обоснована: получался субъект, который был бы самодостаточным не только в рамках промышленности, но и имевший возможность прокормить сам себя. Идея республики — это идея равных субъектов Федерации.

У Уральской республики была своя конституция, по принятии которой был проведен референдум, были и собственные деньги — уральские франки. Софья Демидова на своей странице в «Живом журнале» подробно описала то, как она рисовала деньги Уральской республики:

Ко мне обратился молодой предприниматель из окружения губернатора с предложением сделать эскизы... новых уральских денег. Заказ показался фантастичным, мало верилось в возможность его реализации, но я согласилась. Название «уральские фран-

ки» еще не было окончательным. Начала я с эскиза т. н. «именной акции», но скоро задача была сформулирована четко — сделать 8 городских зарисовок по числу номинаций: 1, 5, 10, 20, 50, 100, 500, 1000 «уральских франков». Срок был жесткий — 2 недели ([Электронный ресурс]. URL: <http://sophia-demidova.livejournal.com> от 21.11.2011).

Инициатива местной власти по созданию Уральской республики была воспринята руководством страны как попытка переворота, беззакония, сепаратизма, суверенизации, и в итоге 9 ноября 1993 г. вышел первый указ Президента России о роспуске большого областного совета, а 10 ноября 1993 г. указ о снятии главы администрации. Таким образом, время бытования медиаконцепта «Екатеринбург — столица Уральской республики» насчитывает не более трех лет.

Смыслы, связанные с главенствующим положением Уральского региона, Свердловской области и Екатеринбурга, порожденные неудачной попыткой создания Уральской республики, не ушли из медиапространства. Представление о Екатеринбурге как о городе, способном занимать лидирующее положение не только на государственном, но и на международном уровне, по-прежнему оставалось актуальным для массмедиа. В дискурсе СМИ появились смысловые направления, связанные с доминирующим положением Екатеринбурга по сравнению с другими городами, что выразилось в ключевых словах «Екатеринбург — третья столица России», «столица Урала» и «столица Евразии».

Временные рамки бытования медиаконцепта «Екатеринбург — третья столица» охватывают период с середины 90-х гг. XX в. и до 2009 г. Миф о «третьих столицах» прочно вошел в менталитет жителей крупных городов и продолжает оставаться актуальным для дискурса власти. Как пишет Е. Г. Соболева, «мифологический дискурс “Екатеринбург — третья столица” в своей психологической основе имеет (и повторяет) ту же самую игровую ситуацию: стремление жить не просто в большом провинциальном городе, каких много в России, а в особом, “столичном” городе, где все “как бы” в столице» [15, 98].

Со временем позиционирование городов-миллионников относительно столицы государства потеряло свою значимость для политической элиты, однако ключевое понятие «третья столица» продолжает существовать в журналистском дискурсе в силу своей яркой аксиологичности. Несмотря на то что за Екатеринбургом остались права на название «Третья столица» лишь на мороженом и упаковках субпродуктов, в «Независимой газете» от 3 февраля 2010 г. появилась публикация «Уральский укрупнительный прорыв. Перспективы объединения Екатеринбурга с городами-спутниками». Журналист Михаил Вьюгин пишет:

Екатеринбург вновь претендует на статус третьей столицы России, теперь уже с подачи нового свердловского губернатора Александра Мишарина. Глава области воскресил идею по созданию агломерации из областного центра и окрестных городов, а его команда анонсирует проекту федеральную поддержку.

«Областная газета» 28 февраля 2011 г. писала о новой цели губернатора Свердловской области Александра Мишарина — добиться проведения в Екатеринбурге международной выставки «ЭКСПО-2020». В публикации говорится,

что реализация этого проекта *«позволит стать столице Урала третьей столицей России, где сходятся транспортные потоки Европы и Азии»*.

Наряду со смыслами «Екатеринбург — третья столица», в СМИ актуализировались смыслы «Екатеринбург — столица Евразии». В материале информационного агентства АПИ от 31 мая 2006 г. приведено следующее высказывание свердловского губернатора:

Я вижу Екатеринбург как центр Евразии. Столицу Евразии. Вот будущее Екатеринбурга. В Екатеринбурге будут решаться все проблемы Евразии. Здесь необходимо организовать евразийский суд. Зачем ездить на суд Европы? У нас своя тысячелетняя история. Своя цивилизация. Вот Валентина Матвиенко провела презентацию — «Санкт-Петербург — третья столица Европы». Нам необходимо подготовить презентацию нашего масштабного проекта — «Екатеринбург — столица Евразии».

Данный фрагмент текста актуализирует концепцию евразийства, смысл которой, по словам Юрия Степанова, в том, чтобы «понять Россию как явление геополитическое и как духовное, как территорию, соединяющую Европу и Азию именно в их стыке, в России, соединяющую землю, обширное и разнообразное население и культуры» [17, 213].

Имидж Екатеринбурга во многих текстах строится в рамках этой концепции. Так, публикация в газете «На смену!» от 24 августа 2004 г. полностью посвящена открытию в черте города Екатеринбурга стелы-памятника, символизирующего границу между Европой и Азией. Смыслы, которые аккумулирует концепция евразийства, также прослеживаются в публикации газеты «Уральский музей» (2005. № 8 (10)), озаглавленной «По праву третьей столицы». В материале говорится о том, что *«европейский характер города отразился не только в его названии (окончание “-бург”), но и в планировке. Екатеринбург стал городом-ключом к бескрайней и богатой Сибири, “окном в Азию”, подобно тому, как Санкт-Петербург был российским “окном в Европу”*. В публикации приводятся аргументы в пользу того, что Екатеринбург — город, расположенный между Европой и Азией, — пограничный не только по своему географическому положению. Исторически и культурно он развивался под воздействием двух цивилизаций — европейской и азиатской. Станислав Соломатов писал в «Областной газете» 10 марта 2010 г.:

Как-то привычно уже, что Екатеринбург ассоциируется с воротами Евразии. А ныне столица Урала превращается еще и в транспортную столицу континента.

По приведенному высказыванию журналиста можно судить о том, что смыслы «Екатеринбург — столица Евразии» укоренились в медиaprостранстве и в текстах СМИ и циркулируют уже как не нуждающиеся в пояснении и расшифровке.

Наиболее часто в средствах массовой информации Екатеринбург называют «столицей Урала». «Столица Урала» — это уже неофициальный статус Екатеринбурга, так же как «столица Поволжья» — неофициальный статус Нижнего Новгорода. В дискурсе СМИ продуцируются смыслы, связанные с ключевым словом «столица Урала»: «генератор интенсивного роста эконо-

мики», «накопитель знаний», «центр» (промышленный, культурный, торговый и др.).

Таким образом, медиаконцепты как локально маркированные концепты характеризуются определенным набором признаков: у них специфичный хронотоп; подобно модным словам, они изнашиваются в зависимости от социально-политических установок общества; эти концепты сильно аксиологически окрашены, причем оценочность носит, так сказать, «местный», «региональный» характер; эти концепты обладают определенным миромоделирующим потенциалом, который дает им возможность иррадиировать в смежные сферы массовой коммуникации. В процессе функционирования в дискурсе СМИ медиаконцепты варьируются, адаптируясь к постоянно меняющимся социально-политическим условиям.

1. *Абашеев В.* Пермь как текст. Пермь в русской культуре и литературе XX века. Пермь, 2000.
2. Актуальный срез региональной картины мира: культурные концепты и неомифологемы / О. В. Орлова, О. В. Фельде, Л. И. Ермоленкина и др. ; под науч. ред. О. В. Орловой. Томск, 2011.
3. *Алефиренко Н. Ф.* Современные проблемы науки о языке. М., 2005.
4. *Богомяков В. Г.* Региональная идентичность «земли тюменской»: мифы и дискурс. Екатеринбург, 2007.
5. Большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. СПб., 2000.
6. *Галузов Э. А.* Имидж против имиджа. М., 2005.
7. *Карасик В. И.* Языковые ключи М., 2009.
8. *Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г.* Краткий словарь когнитивных терминов / под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М., 1996.
9. *Кузнецова Э. В.* Лексикология русского языка. М., 1989.
10. *Новиков А. Б.* Словарь перифраз русского языка (на материале газетной публицистики). 4-е изд., стереотип. М., 2007.
11. *Ожегов С. И.* Словарь русского языка. М., 1989.
12. *Панарин А. С.* Политология. М., 2003.
13. *Попова З. Д., Стернин И. А.* Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж, 2001.
14. *Русакова О. Ф., Русаков В. М.* PR-дискурс: теоретико-методологический анализ. Екатеринбург, 2008.
15. *Соболева Е. Г.* Формирование мифа «Екатеринбург – третья столица» в текстах СМИ // Литература Урала: история и современность : сб. ст. Вып. 2. Екатеринбург, 2006. С. 95–102.
16. *Солнцев В. М.* Язык как системно-структурное образование. М., 1971.
17. *Степанов Ю. С.* Константы : словарь рус. культуры. 2-е изд., испр. и доп. М., 2001.

Статья поступила в редакцию 11.05.2012 г.