

На правах рукописи

Дуреко Елена Юрьевна

**СПЕЦИФИКА АКТУАЛИЗАЦИИ КЛЮЧЕВОГО СМЫСЛА
«ЕКАТЕРИНБУРГ – СТОЛИЦА»
В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ**

Специальность 10.02.19 – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2019

Работа выполнена в ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» на кафедре языков массовых коммуникаций

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент
Соболева Елена Григорьевна

Официальные оппоненты: **Малышева Елена Григорьевна**
доктор филологических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского» (г. Омск),
заведующая кафедрой журналистики и медиалингвистики

Нахимова Елена Анатольевна
доктор филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет» (г. Екатеринбург), профессор кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного
Института филологии, культурологии и межкультурной коммуникации

Ведущая организация: ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева», г. Самара

Защита состоится «24» апреля 2019 г. в 13 часов на заседании диссертационного совета Д 212.285.22 на базе ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина» по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, зал диссертационных советов, комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина» <http://lib.urfu.ru/mod/data/view.php?id=51&rid=288753>

Автореферат разослан «_____» _____ 2019 г.

Учёный секретарь диссертационного совета, кандидат филологических наук,
доцент

Л.А. Назарова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертационная работа посвящена исследованию специфики актуализации ключевого смысла «Екатеринбург – столица» в медийном дискурсе и механизмов его репрезентации в медиатекстах. Этот смысл представлен тремя направлениями: «Екатеринбург – третья столица», «столица Евразии» и «столица Урала».

Актуальность проводимого исследования связана с тем, что имидж постсоветского Екатеринбурга, начиная с 90-х годов, является предметом интенсивных публичных дискуссий. Ключевые смыслы «Екатеринбург – третья столица», «столица Евразии», «столица Урала» актуальны в медийном дискурсе и репрезентируются в медиатекстах. Наше исследование позволяет в процессе анализа «живого» процесса формирования образа территории выявить специфику актуализации ключевого смысла «Екатеринбург – столица» в медийном дискурсе и механизмы его репрезентации в медиатекстах.

Объектом исследования является ключевой смысл «Екатеринбург – столица» в медиадискурсе, представленный тремя смысловыми доминантами: «третья столица», «столица Евразии» и «столица Урала».

Предметом исследования являются актуализированные элементы ключевых смыслов «Екатеринбург – третья столица», «столица Евразии» и «столица Урала», функционирующие в медиатекстах, и механизмы их репрезентации.

Цель исследования – выявление специфики актуализации ключевого смысла «Екатеринбург – столица» и механизмов его репрезентации в медиатекстах.

Достижение поставленной цели требует решения следующих **задач**, определяемых в соответствии с этапами анализа.

1. Теоретически осмыслить термины «смысл», «ключевой смысл», «дискурс» и систематизировать точки зрения ученых на методiku выявления ключевых смыслов в тексте и специфику медийного дискурса.

2. Сформировать модель анализа ключевых смыслов в медийном дискурсе.

3. Выявить особенности актуализации ключевого смысла «Екатеринбург – третья столица» в медийном дискурсе и механизмы его репрезентации в медиатекстах.

4. Выявить особенности актуализации ключевого смысла «Екатеринбург – столица Евразии» в медийном дискурсе и механизмы его репрезентации в медиатекстах.

5. Выявить особенности актуализации ключевого смысла «Екатеринбург – столица Урала» в медийном дискурсе и механизмы его репрезентации в медиатекстах.

6. Определить хронотоп ключевых смыслов «Екатеринбург – третья столица», «столица Евразии» в медийном дискурсе.

7. Выявить и описать языковую рефлексию по поводу ключевых смыслов «Екатеринбург – третья столица», «столица Евразии» в медиатекстах.

Изучением данной проблемы занимались ученые, работающие в рамках лингвокогнитивной парадигмы. Работы Н. Ф. Алефиренко, Ю. Д. Апресяна, Н. Д. Арутюновой, Л. Г. Бабенко, Н. Н. Болдырева, В. Г. Борботько, О. К. Ирисхановой, И. И. Халеевой, А. В. Головачевой и др. позволили сформировать представление о природе концепта, бытовании концептуальных структур в тексте, природу когнитивных процессов, связанных с восприятием концепта.

Процессы смыслового восприятия текста и концептуальных структур, функционирование ассоциативно-вербальной сети и формирование системы смысловых доминант представлены в трудах Н. И. Жинкина, Т. М. Дридзе, Ю. Н. Караулова, И. А. Зимней, М. Н. Кожиной, Е. С. Кубряковой, Э. В. Кузнецовой, А. А. Леонтьева, А. Р. Лурии, В. А. Масловой, Л. М. Майдановой, Р. К. Миньяр-Белоручева, Е. В. Падучевой, З. Д. Поповой, И. А. Стернина, А. В. Рудаковой, А. М. Плотниковой, Е. И. Шейгал и др.

Природа дискурсивных практик, смысловое восприятие дискурса и роль концептуальных структур в дискурсе раскрыты в исследованиях Т. А. ван Дейка, В. Г. Борботько, Н. Ф. Алефиренко, В. З. Демьянкова, Т. Г. Добросклонской, Л. Р. Дускаевой, О. С. Иссерс, О. Л. Каменской, В. И. Карасика, Л. П. Крысина, М. Л. Макарова, Е. Г. Малышевой, Ю. И. Мирошникова, Ю. Е. Прохорова, Н. А. Илюхиной, И. Б. Руберта, О. Ф. Русаковой, Л. Филлипса, М. В. Йоргенсена, В. Е. Чернявской и др.

Изыскания связаны с различными аспектами бытования языка и проводились на стыке нескольких научных парадигм: лингвокогнитивной, лингвокультурной, дискурсивной. Исследование также вписывается в рамки относительно новой парадигмы лингвистического знания – когнитивно-дискурсивной, развитие которой связано с тем, что «...по своей сути дискурс – явление когнитивное, т.е. имеющее дело с передачей знаний, с оперированием знаниями особого рода и, главное, с созданием новых знаний» [Кубрякова 2000: 12]. Диссертация требует обращения к таким научным сферам, как лексикография, теоретическая лингвистика, семиотика, культурология, брендинг, политология.

Методологической основой модели анализа послужили следующие положения:

1. Под термином «дискурс» мы понимаем языковой коррелят определенной социокультурной практики, который представлен общностью тематически соотнесенных текстов.

2. Специфика медийного дискурса заключается в том, что он реализуется в медиатекстах, которые характеризуются медийностью, массовостью, интегративностью, открытостью, полиинтенциональностью.

3. Под термином «смысл» понимается результат перцептивно-мыслительной деятельности, который передается средствами языка.

Смысловое восприятие имеет уровневую структуру, образованную смысловыми звеньями, которые интегрируют значения разных предложений, связывая их по смыслу. Смысл текста, с одной стороны, организован иерархией пропозициональных компонентов. С другой стороны, любой текст – это результат дискурсивной практики, и потому он связан с системой компонентов языковой картины мира, которые существуют в нашем сознании и влияют на процессы восприятия и производства вербальной информации.

4. Под термином «ключевой смысл» мы понимаем смысловую доминанту, которая имеет стабильное языковое выражение – ключевое слово или словосочетание, имеет тесную связь с темой сообщения; связана с концептуальными структурами дискурса, что проявляется в способности образовывать смысловые сгущения, вербализованные в «синтаксисе» и «словаре» текста.

5. Ключевой смысл имеет стабильное выражение в языке. Он может быть представлен, во-первых, ключевыми словами или словосочетаниями, во-вторых, близкими и отдаленными членами внутрисловных семантических парадигм, семантико-тематическими группами лексики, предикативными структурами.

Научная новизна исследования заключается в том, что разработана модель анализа ключевого смысла, которая вписывается в актуальную когнитивно-дискурсивную парадигму науки о языке. Модель реализована в процессе анализа медиатекстов, составляющих единое дискурсивное пространство. Она позволяет выявить актуальный смысл высказывания как ту информацию, которую вкладывает в него говорящий явно и скрыто и которую должен извлечь из него адресат.

Выделены основные принципы, которые позволяют выявлять компоненты смысла медиатекстов, составляющих единое дискурсивное пространство, – когнитивный, пропозициональный, интенциональный, аксиологический. Сформирован междисциплинарный подход к анализу медиатекстов, который производился на стыке когнитивной лингвистики, лингвокультурологии, психолингвистики, политической лингвистики, геобрендинга, в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы науки о языке.

Выявляется актуальный в настоящее время, сознательно формируемый и транслируемый в медийном пространстве ключевой смысл «Екатеринбург – столица». Определен набор характеризующих его признаков, исследована актуализация в медийном дискурсе и механизмы репрезентации в медиатекстах.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Ключевой смысл – это смысловая доминанта дискурса, которая имеет стабильное языковое выражение – ключевое слово или словосочетание, имеет тесную связь с темой сообщения, связана с концептуальными структурами дискурса; способна образовывать смысловые сгущения в синтаксисе и словаре текста.

2. В ходе исследования разработана и апробирована поэтапная модель анализа ключевых смыслов. На первом этапе выделяются основные языковые корреляты ключевых смыслов – ключевые слова, затем компоненты ключевого смысла, интегрированные в перифразах, тематических группах лексики, метафорах и других элементах словаря и в последнюю очередь выявляются репрезентации ключевого смысла в предикативной структуре текста. На втором этапе выявляются концептуальные структуры, которые задают вектор смыслового развертывания текста. На третьем этапе анализируются интенциональная составляющая и коммуникативные факторы, связанные с актуализацией ключевого смысла.

3. В ходе анализа выявлено, что актуализация ключевого смысла «Екатеринбург – столица» в медийном дискурсе связана с глобальными социально-политическими, культурными процессами и происходит под воздействием интенций его субъектов – адресантов и адресатов. В качестве адресантов выступают журналисты, представители власти, деятели культуры и общественные деятели, гости и делегаты из других стран, публично выражающие мнение о Екатеринбурге. Адресатами являются жители города, страны и региона.

4. Исследование показало, что субъекты медийного дискурса реализуют интенции отстройки, подстройки или идентификации, активируются одноименные брендинговые стратегии. Развертывание этих стратегических программ в медийном дискурсе стало возможно в силу смысловой неопределенности, фидеистичности и фантомности денотата «Екатеринбург – столица». Произошла активация периферийных смыслов семантического поля лексемы «столица». Реализовалась интенция субъектов власти представить нейтральные факты как проявление «столичного» статуса. Возникло смысловое пространство, в котором вымышленная «столичная» роль связывается с определенными темами: географическим положением, экономикой, культурой.

5. Определено, что ключевой смысл «Екатеринбург – столица» порождает смысловые приращения, которые представляют его прагматические, эмотивные, образные, оценочные характеристики. Выделились элементы смысла «третья столица», «столица Евразии» и «столица Урала», для которых характерны тематико-смысловые блоки: «передовые инициативы», «духовная связь», «количество населения», «возможность быть главным городом страны», «бренд “третья столица России”», «богатство», «культура», «выполнение функций центра», «особый облик», «особое географическое положение». Под влиянием концепции евразийства выделяются смыслы «уникальное географическое положение Екатеринбурга – на границе Европы и Азии».

6. Согласно результатам работы, развитие доминанты «Екатеринбург – столица» связано с активацией ментальных конструкторов (концептов «деньги», «бизнес», «иностранец», «культура», «цивилизация», «свой–чужие», «дорога»; символов «башни», «реки», «ворот», «моста», «котла»,

«Рима», «храма»), а также с применением комплекса языковых механизмов. Интерпретировать факты как проявление «столичности» позволяют механизмы аргументации, ассоциативной активации смыслов с помощью употребления лексем с определенной семантикой. В процессе актуализации применяются когнитивная метафора, ирония, наведение сем, построение пространственной модели, основанной на бинарных оппозициях «Европа–Азия», «Восток–Запад».

7. Ключевой смысл проявляется в медиатекстах с определенным хронотопом, и поиск идентичности пары «Екатеринбург – столица» в пространственно-временном аспекте происходит неравномерно. Так, смысл «Екатеринбург – третья столица» был наиболее актуален в 2003–2009 гг., когда шла борьба крупных городов за право называться третьим после официальных столиц. Выделились элементы смысла: «третья столица после Москвы и Санкт-Петербурга» и «третья столица, первая среди других городов-миллионников». В период 1996–2018 гг. происходит идентификация и транслируется смысл «третья столица для жителей». В 2004 г. в процессе поиска идентичности возник смысл «Екатеринбург – столица Евразии».

Теоретическая значимость данного исследования определяется тем, что осуществлена попытка междисциплинарного подхода к исследованию ключевого смысла в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы науки о языке. Ключевые смыслы не только продукт коммуникативной деятельности, но и результат реализации целого комплекса сложных процессов, в которые входят не только языковые преобразования, но и геобрендинг, и функционирование политического и журналистского дискурсов. Поэтому исследование позволяет рассмотреть процесс развития ключевого смысла, который представляет элементы интерпретативной реальности, формирующей символический капитал территории.

Привлечение методик когнитивного, семантического анализа, анализа концептов, междисциплинарный подход в исследовании позволили проследить процесс актуализации ключевого смысла в дискурсе, выявить хронотоп и наличие общих и частных механизмов активации ключевого смысла.

Теоретически значимым также является и то, что при анализе актуализации ключевого смысла в медийном дискурсе использован широкий исследовательский инструментарий, который вписывается в относительно новую когнитивно-дискурсивную парадигму научного знания, развивающуюся на стыке когнитивной лингвистики, психолингвистики, лингвокультурологии, семиотики, медиалингвистики, теории и практики исследования дискурса и сегодня находящуюся на стадии становления.

Исследование расширяет научные представления о ряде процессов, связанных с дискурсивными практиками. Предпринята попытка теоретического осмысления понятий «ключевой смысл» и «ключевое слово», а также особенностей их бытования в медиатексте. Выявлено, что ключевой смысл «Екатеринбург – столица» выделился в медийном дискурсе под

воздействием субъектов власти и со временем, в процессе реализации интенций других субъектов дискурса, начал выполнять текстопорождающую функцию. Для исследования сформирована пошаговая модель анализа, которая расширяет инструментарий дискурсивного анализа и позволяет изучить процесс актуализации и механизмы репрезентации ключевого смысла в медийном дискурсе.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования материалов диссертации в преподавании вузовских дисциплин по теории языка, спецкурсах по медиалингвистике, когнитивной лингвистике, лингвокультурологии. Перспективным является применение результатов работы для социалингвистических исследований, анализа актуальных социально-политических процессов. Материалы работы могут послужить методологической базой для оценки и разработки стратегий направленной актуализации различных ключевых смыслов в медийном дискурсе.

Выявление специфики актуализации ключевого смысла «Екатеринбург – столица» раскрыло ряд перспективных направлений для дальнейшей исследовательской работы. Методика анализа, сформированная в данном исследовании, применима для изучения других ключевых смыслов медийного и политического дискурсов. Возможно изучение смысловых трансформаций ментальных конструкторов, которые выделились в дискурсе в процессе актуализации ключевого смысла «Екатеринбург – столица» (концепты «деньги», «культура», символ Рима). Актуальным видится дальнейшее рассмотрение функционирования механизмов наведения сем и создания семиотической модели в процессе актуализации ключевого смысла.

Ряд ключевых смыслов характеризуется широкими пространственно-временными границами, и в процессе развития смысловое пространство начинает воздействовать на жизнь города. Значимым для исследования является выявление закономерностей этих процессов и более детальное рассмотрение влияния смыслового пространства на реальное.

Достоверность результатов работы определяется достаточным объемом эмпирического материала – текстов региональных и федеральных печатных и интернет СМИ (журналов, газет, информационных агентств, интернет-версий изданий, информационных порталов), опубликованных с 1996 по 2018 годы. Для исследования специфики ключевых смыслов «Екатеринбург – столица» в медийном дискурсе методом сплошной выборки было отобрано 1418 текстов. Критерием отбора послужило наличие в медиатекстах ключевых словосочетаний, которые являются репрезентантами ключевых смыслов. Для ключевых смыслов «Екатеринбург – третья столица» – это «третья столица», «третья столица России», «третий город России». Для смыслов «Екатеринбург – столица Евразии» – «столица Евразии», «город на границе Европы и Азии», «город, соединяющий Европу и Азию». «Екатеринбург – столица Урала» – «столица Урала», «уральская столица».

Апробация работы. Основные положения диссертационного исследования обсуждались на заседании кафедры языков массовых коммуникаций Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета им Б.Н. Ельцина; на международных и всероссийских научных и научно-практических конференциях (Екатеринбург, Москва, Тамбов, Бийск, Омск). Основные положения и результаты диссертации отражены в 15 публикациях общим объемом 5,45 п.л./ 5,45 п.л.-авторский вклад, в том числе в трех статьях, которые были опубликованы в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования РФ.

Структура диссертации отражает ключевые этапы и логику предпринятого исследования: диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы (в том числе интернет-ресурсов), словарей и справочников, включающего 340 наименований на русском и английском языках. Общий объем диссертации – 214 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В построенном по традиционной схеме **Введении** представлена характеристика основных параметров исследования.

В первой главе **Ключевые смыслы и ключевые слова в медийном дискурсе** в разделах 1.1. – 1.4. производится теоретическое осмысление терминов «дискурс», «медийный дискурс», «смысл», «ключевой смысл», а также теоретическое осмысление процесса вербализации ключевого смысла и вопроса о критериях его выделения. В разделе 1.5. формируется **модель анализа** ключевых смыслов и определяются этапы и методы их выявления.

В *разделе 1.1.* формулируется актуальный для данного исследования взгляд на дискурс. Дискурс понимается как смысловое пространство, которое реализуется в общности тематически соотнесенных текстов. Каждый текст воспринимается как языковой коррелят определенной социокультурной практики, неразрывно связанный с ситуативным контекстом, определяющим все то, что существенно для текстопорождения. Структура дискурса представляется как двустороннее образование, имеющее план выражения и план содержания. План выражения дискурса представлен языковыми знаками. План содержания состоит из ментальных структур, вобравших единицы универсального предметного кода и выполняющих роль внутреннего языка, посредника между текстом (речью) и мышлением. Данная трактовка термина актуальна в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы научного знания, представителями которой являются Н. Ф. Алефиренко, Е. С. Кубрякова, В. Е. Чернявская.

Определение и особенности медийного дискурса, специфической разновидности дискурса, приводятся в *разделе 1.2.* В рамках медиадискурса тема принадлежит дискурсу как социальной практике коммуникативной общности людей, социальному отношению, построенному в данный момент

на этой теме. Основными субъектами медийного дискурса являются адресант, отправитель информации, и адресат, получатель информации. В процессе обмена информацией субъекты реализуют свои интенции, формируя определенную смысловую общность в информационном пространстве. Информация, которой они обмениваются, может относиться к различным отраслям знания, и потому одной из отличительных особенностей медийного дискурса является интертекстуальность. Взаимосвязь между субъектами медийного дискурса в письменной коммуникации в основном осуществляется с помощью медиатекстов, которые характеризуются медийностью, массовостью, открытостью, интегративностью, полиинтенциональностью. Специфика медийного дискурса и особая межинституциональная позиция представителей СМИ обеспечивает тесную связь медийного и политического дискурсов.

В *разделе 1.3.* теоретически осмысливается базовое для данной работы понятие «ключевой смысл». Научные изыскания в этом направлении проводились Ю. Д. Апресяном, Н. Д. Арутюновой, Л. С. Выготским, Т. А. ван Дейком, Т. М. Дридзе, Н. И. Жинкиным, А. А. Залевской, И. А. Зимней, Ю. Н. Карауловым, И. М. Кобозевой, Э. В. Кузнецовой, А. М. Плотниковой, А. А. Леонтьевым, А. Р. Лурия и др. Под термином «смысл» понимается результат перцептивно-мыслительной деятельности, который передается средствами языка. В процессе речепорождения замысел говорящего воплощается в языке, и при этом происходит дробление глобального смысла на элементы. На уровне языка смысловое звено может быть выражено словом. Но базовой единицей для выражения смысла является текст.

Смысл текста – это информация о его концепции, которая задается экстралингвистическими факторами – ситуацией общения, намерениями говорящих, условиями протекания, особенностями референции. Организация смысла в тексте, с одной стороны, связана с пропозициональными компонентами и моделью ситуации, которая реализуется в тексте. С другой стороны, на формирование смыслового пространства влияют интенции субъектов медийного дискурса. Поэтому информация о концепции текста задается также системой узловых точек – комплексом ментальных конструкторов, смысловых блоков, наиболее актуальных в рамках той или иной интенции.

Представление о смысле и смысловом восприятии, описанное в *разделе 1.3.*, легло в основу формирования критериев для выделения ключевого смысла в *разделе 1.4.* Этими критериями являются, во-первых, частотность его основных языковых коррелятов – ключевых слов, во-вторых, связь с темой сообщения и предикативной структурой текста, в-третьих, связь с концептуальными структурами дискурса, которая на уровне языка проявляется в способности образовывать смысловые сгущения, – участки, обладающие большей по сравнению с другими смысловой нагруженностью.

Наличие этих смысловых сгустков связано с тем, что слово включается в сложную многоступенчатую сеть связей и отношений с различными элементами лексикона, фрагментами опыта. В процессе вербализации происходит декомпрессия всех этих сложных смысловых структур. При этом в тексте как результате коммуникативной деятельности смысловые блоки «распаковываются» неоднородно. Вокруг ключевого смысла, под влиянием интенций субъектов дискурса, образуются смысловые сгустки, вербализованные в «синтаксисе» и «словаре». Элементы «словаря», представленные семантико-тематическими группами лексики, синонимами, метафорами, метонимиями и др., вербализуют рефлексивные усилия автора по поиску и выведению темы. «Синтаксис» представляет собой текстовый коррелят предикативной структуры ситуации.

Таким образом, под термином «ключевой смысл» мы понимаем смысловую доминанту, которая имеет стабильное языковое выражение – ключевое слово или словосочетание, имеет тесную связь с темой сообщения; связана с концептуальными структурами дискурса, что проявляется в способности образовывать смысловые сгущения, вербализованные в «синтаксисе» и «словаре». В зависимости от условий вербализации в языке ключевой смысл может быть представлен элементами, актуальными в разных контекстах.

Теоретические изыскания разделов 1.1. – 1.4. позволили в *разделе 1.5* сформировать **модель анализа**. Она включает в себя три этапа, первый из них реализуется пошагово.

При подходе к анализу теоретически значимым является вопрос, делимым или неделимым образованием является ключевой смысл и как именно происходит процесс его репрезентации в языке. Представление А. А. Залевской и других исследователей о включенности каждого воспринимаемого объекта в событие и тем самым в целостный образ мира с высвечиванием в последнем релевантных для конкретного текущего момента связей и характеристик подвело ко взгляду на смысл как на «целостное психическое образование», «предмысль» [Кубрякова 1991: 30,31], условный интервал при восприятии которого намечается словом как «точкой доступа» в смысловое поле. В процессе развертывания ключевого смысла в тексте, под влиянием интенций, проявляется наиболее релевантный условиям общения элемент смысла, который может репрезентироваться посредством ключевого слова, а также через «словарь» и «синтаксис».

Первый этап – выявление репрезентаций ключевого смысла – включает в себя три шага.

1. Выделение основных языковых коррелятов ключевых смыслов – ключевых слов, которые представлены знаменательными словоформами и могут представлять собой слово или словосочетание со служебными частями речи.

При отборе используется вероятностно-статистический метод, который заключается в выявлении выборочной совокупности медиатекстов на основе повторяющихся ключевых слов.

2. Выделение репрезентаций ключевого смысла в «словаре». Вслед за Ю. Н. Карауловым, в качестве репрезентаций ключевого смысла выделяются синонимы; метафорические и метонимические обозначения; контекстуальные антонимы; слова, тематически развивающие идею. Ключевой смысл в процессе вербализации подчиняется общим принципам и механизмам функционирования языка и внедряется в элементы «словаря», развиваясь и дополняясь. Задействуются языковые преобразования по созданию повторных номинаций, синонимии и перифраз. Путем выявления общих компонентов смысла, интегрированных в таких смысловых сгущениях, можно сделать вывод о том, какие элементы ключевого смысла актуализируются посредством «словаря».

Данный шаг связан с применением методики контент-анализа, поскольку в ее основе лежит статистический принцип частотного распределения признака, который «во взаимосвязи образует новые смыслы» [Комарова 2012: 335]. Для выделения элементов смысла, которые актуализируются в словаре, использовались метод компонентного анализа и методика ступенчатой идентификации на основе словарных дефиниций, разработанная Э. В. Кузнецовой. Решение задач достигается применением коммуникативно-прагматического метода и входящей в него методики описания семантических свойств лексем.

3. Выявление репрезентантов ключевого смысла в «синтаксисе». Ключевой смысл характеризуется близостью к замыслу говорящего и теме сообщения, и ключевые слова и другие его репрезентанты могут занимать в смысловой структуре текста разные позиции. В процессе анализа производится выявление репрезентаций в предикативной структуре текста.

Задачи исследования на данном этапе решались посредством применения методов контент-анализа, структурно-функционального метода и методики описания семантических свойств, которая является частью коммуникативно-прагматического метода.

Второй этап анализа ключевых смыслов связан с выходом за пределы текста – в сферу дискурса и выявлением концептуальных структур, которые занимают в дискурсивном пространстве позиции узловых точек. Они задают вектор смыслового развертывания текста и регулируют всю иерархию означающих. Развертывание ключевого смысла в ассоциативно-вербальной сети текста происходит по определенному направлению, которому подчинено и развитие сети репрезентантов ключевых смыслов – ключевых слов, предикативных структур, синонимов и квазисинонимов, семантико-тематических групп лексики и др.

Второй этап анализа предполагает использование общенаучных методов контент-анализа и структурно-функционального, а также когнитивно-коммуникативного метода, который используется в

исследованиях, проводимых в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы. Он направлен на изучение знаковой репрезентации ментального мира; соотнесения языковых форм с когнитивными структурами [Комарова 2012: 461]. Используются методы анализа концептов, в рамках которых объектом анализа являются «смыслы, передаваемые отдельными словами, словосочетаниями, типовыми пропозициями» [Комарова 2012: 466].

Третий этап анализа заключается в поиске интенциональной составляющей ключевого смысла и в выявлении смысловых преобразований, связанных с такими дискурсивными факторами, как условия протекания общения, мотив, который стоит за текстом. Эти смысловые элементы интегрированы в структуру ключевого смысла наряду с другими и в процессе актуализации ключевого смысла особым образом репрезентируются в языке.

В процессе анализа необходимо учитывать то, что полиинтенциональность является одной из сущностных характеристик медиатекста и в одном сообщении могут выражаться разные коммуникативные намерения. На данном этапе применяются герменевтический, прагматический методы; коммуникативно-прагматический метод и входящая в него методика анализа дискурса. При истолковании дискурса также применялся такой общенаучный метод, как наблюдение. Использовалась методика сбора социолингвистических данных – проведен направленный ассоциативный эксперимент.

Во второй главе **Специфика актуализации ключевого смысла «Екатеринбург – третья столица» в медийном дискурсе и механизмы его репрезентации в медиатекстах** выявлены структурно-содержательные особенности ключевого смысла «третья столица», специфика его актуализации в процессе реализации интенций субъектов медийного дискурса, а также особенности языковой рефлексии.

На структурно-содержательные особенности ключевого смысла «Екатеринбург – третья столица», *раздел 2.1.*, оказали существенное влияние несколько глобальных социально-политических процессов и специфических характеристик дискурсивного пространства.

Повторное позиционирование регионов после перестройки привело к тому, что в дискурсивном поле началось формирование их нового имиджа. Политические реформы в Свердловске-Екатеринбурге спровоцировали появление темы Уральской Республики. Субъекты политического дискурса стали формировать в общественном мнении идею о главенствующей роли города и региона. Ввиду тесной связи политического и журналистского дискурсов, в разгар 90-х годов идея «перекочевала» на страницы газет, тогда еще первых интернет-изданий и, оказавшись созвучной желаниям, надеждам, эмоционально-оценочным установкам широкой общественности, превратилась в актуальный смысл «Екатеринбург – столица».

В этих процессах проявились такие специфические особенности политического дискурса, как смысловая неопределенность, фидеистичность и фантомность денотата [Шейгал 2000: 71, 74, 75]. В смысловом пространстве,

под воздействием интенций субъектов медийного дискурса, начался процесс поиска основы для ирреальной по сути пропозиции «Екатеринбург – столица». Это привело к активации в дискурсивном поле периферийных сем лексемы столица: «столица – центр области, края, местности» [МАС Т. IV С–Я, 1988: 272; Большой толковый словарь русского языка под редакцией С. А. Кузнецова 2000: 1272]; «столица – место средоточения всего передового, культурного» [БАС Т. 14 1963: 926; Ефремова Т. 2 2000: 710]. Факты реальности: экономика, географическое положение, культурные особенности – начали подстраиваться под идею «столичности» Екатеринбурга.

Содержание понятия «столица», интенция субъектов медийного дискурса стать похожими на «главные города» – Москву и Санкт-Петербург – и выделиться среди конкурентов, привели к тому, что в медийном пространстве сформировались смыслы «Екатеринбург – третья столица». Процесс поиска идентичности пары «Екатеринбург – столица» попал в ряды актуальных и активно транслируемых тем. Реализация интенций субъектов медийного дискурса привела к тому, что в СМИ начали реализовываться брендинговые стратегии отстройки, подстройки, а также процесс идентификации.

Сформировались три направления в развитии ключевого смысла «Екатеринбург – третья столица». Первое связано со стремлением походить на Москву и Санкт-Петербург, второе – выгодно отличаться от городов-конкурентов, третье – найти собственную уникальность. Для каждого направления выделились актуальные смысловые сгустки – эмотивные, образные, прагматические, оценочные характеристики Екатеринбурга как «третьей столицы».

При реализации интенции подстройки под Москву и Санкт-Петербург (раздел 2.2) в смысловом пространстве сформировался смысл «Екатеринбург – третья столица после Москвы и Санкт-Петербурга». Он возник в процессе реализации намерения найти черты сходства между официальными городами-лидерами и Екатеринбургом. Нами выявлено пять таких черт. Они вышли в поле актуальных смыслов благодаря использованию механизмов аргументации и ассоциативной активации путем использования лексем с определенной семантикой, таких как «благосостояние», «богатство», «доход».

1) «Передовые инициативы»: *ни в Москве, ни в Питере нет подобной организации* (Деловой квартал. 2008. 3 марта). 2) «богатство»: *здесь такие же пробки, как в Москве и Питере. Что, наверное, говорит о росте благосостояния екатеринбуржцев наравне с москвичами и петербуржцами* (Новый регион. 2007. 17 августа). 3) «развитие культуры»: *«Кольцово» (аэропорт г. Екатеринбурга, расположенный в современном здании с большим количеством площадей – Е.Д.), участвуя в современных арт-проектах, делает из «третьей столицы» первую в плане культурной насыщенности* (Апельсин. 2008. 17 апреля). 4) «духовная связь между

столицами»: с Санкт-Петербургом у нас есть такая духовная связь. И поэтому наш город может претендовать на звание третьей столицы России (Новый регион. 2007. 17 августа). 5) «количество населения»: это поможет закрепиться в статусе третьей столицы, потому что новый район представляет ... серьезный потенциал в плане увеличения населения... (ИТАР-ТАСС. 2010. 18 октября).

Процесс поиска оснований для вымышленного соответствия «Екатеринбург – столица» и стремление найти реальные факты, которые позволили бы называться третьим городом после Москвы и Санкт-Петербурга, в медийном дискурсе происходили на фоне острой конкурентной борьбы между крупными городами. Смысл «третья столица» и желание присвоить себе столичный статус оказались притягательными также для Нижнего Новгорода, Казани, Новосибирска, а споры за принадлежность одноименного бренда разрешались представителями администраций городов в судебном порядке.

В этих условиях активировался смысл «Екатеринбург – третья столица, главная среди городов-миллионников» (раздел 2.3). Реализовалась интенция субъектов медийного дискурса выделиться среди претендентов на статус «третьей столицы». Для этого использовалась брендинговая стратегия отстройки от конкурентов. Сформировалось три направления в развитии ключевого смысла, базовым механизмом для его актуализации стала аргументация.

1) «культура»: *Новосибирск, наверное, тоже третья столица России* (Апельсин. 2004. 31 августа). 2) «бренд “третья столица России”»: *Екатеринбург потерял право на бренд «Третья столица России»* (Уралинформбюро. 2009. 3 апреля); *за бренд «Третья столица» развернулась настоящая борьба. Казань, по данным нижегородских властей, победила потому, что подала заявку в Роспатент на несколько дней раньше конкурентов* (ЕАН. 2009. 3 апреля). 3) «возможность стать официальной столицей»: *Екатеринбург трижды рассматривался как потенциальное временное местопребывание правительства...* (ru.wikipedia.org, дата обращения 11.08.2018).

Фокусировка внимания на этих элементах и стремление за счет освещения конкурентной борьбы снять неопределенность пропозиции «Екатеринбург – столица» привела к тому, что в дискурсивном поле проявилась взаимосвязь понятия «столичности» с концептами «деньги» и «иностранец». Кроме того, представление о богатстве «третьей столицы» интегрировалось с понятием одноименного бренда: *...эксперты не берутся оценить экономический потенциал бренда «Третья столица» – понятие исключительно российское, и как на него будут реагировать иностранцы – бог его знает...* (www.thirdcapital.ru, дата обращения 11.12.2014).

Интенция создать образ Екатеринбурга как «столицы» для жителей, гостей города привела к реализации процесса самоидентификации и возникновению смысла «Екатеринбург – третья столица для жителей» (раздел

2.4). Стремление выделить и актуализировать индивидуальные черты в образе города, которые позволяют назвать его «третьей столицей», происходило в течение длительного промежутка времени: с 1990-х по 2010-е. В процессе реализации интенции выделилось пять смысловых элементов, для актуализации которых использовался более широкий спектр механизмов. Наряду с аргументацией и использованием лексем с определенной семантикой, применялись когнитивная метафора, наведение сем.

1) «богатство». Когнитивная метафора и наведение сем использованы в материале Forbes. 2007. 3 февраля, когда Екатеринбург сравнивается с богатым купцом с «*тугим пузом*» и сундуками, «*полными добра*». При этом в тексте последовательно раскрывается тема благосостояния города и подчеркивается и реальное (статистические данные о промышленном росте, исторические факты), и показное проявление достатка: *многие (горожане – Е.Д.) стремятся лучше одеваться, выглядеть дороже, богаче, чем они есть на самом деле. <...> Житель Екатеринбурга демонстративно уверен в завтрашнем дне (Forbes. 2007. 3 февраля)*. При актуализации смысла «богатство» в медийном дискурсе выделилась взаимосвязь концептов «деньги» и «иностранец»: *активный приход зарубежного бизнеса подтверждает, что Екатеринбург – третья столица России» (АПИ. 2008. 22 февраля)*.

2) «выполнение функций центра». Развитие смыслового направления связано с темами проведения крупных мероприятий: *реализация проекта позволит стать столице Урала действительно третьей столицей России, связывающей транспортные потоки Европы и Азии (Областная газета. 2011. 28 февраля)*. Центральная роль городу отводится также благодаря высоким показателям в развитии промышленности, культуры, образования. Успехи свидетельствуют о том, что город *не зря претендует на место третьей столицы (Е1. 2012. 9 октября)*. Образ города – это *третья столица России. <...> ...Зеленая столица новых поколений, база для развития новых технологий, крупный университетский центр (Областная газета. 2013. 29 мая)*.

3) смысл «культура» под воздействием интенций субъектов медийного дискурса «Екатеринбург – третья столица» часто соотносится с представлениями об активной культурной жизни, развитии современной культуры: *«третья столица», последний оплот Ельцина и рок-н-ролла, пока только начинает входить в новую поп-культуру (Деловой квартал.1996. 29 февраля)*. Екатеринбург называют *третьей столицей рок-музыки*, отмечая, что *<...> и у нас появились фестивали, светские рауты и дискотеки с «залетными» птюч-промоутерами (Деловой квартал. 1996. 30 мая)*. Проявляется оценочный компонент и активизируется концептуальная оппозиция «свой–чужие», где «чужое» не противопоставлено норме, а занимает позицию нормального, желаемого. Культура Екатеринбурга как «третьей столицы» также связана с такими событиями, как выставка картин Марка Шагала (Апельсин. 2003. 4 декабря), приездом фантаста Майкла

Суэзника (Апельсин. 2004. 6 июля), презентацией новой пластинки известной исполнительницы: *«Екатеринбург – третья столица после Москвы и Питера, которая услышит все песни с новой пластинки»* (Джастмедиа. 2011. 20 ноября).

4) «облик» Екатеринбурга как «третьей столицы» связан с активацией символических представлений о большой реке в черте города: *мы же столица Урала, третья столица России, и без нормальной реки нам не солидно* (URA.Ru. 2008. 24 марта). В качестве прообразов центральной зоны «третьей столицы» называются *сити-центр Бирмингема, а также Милан и Генуя* (Вечерний Екатеринбург. 2004. 14 мая). Активно развивается тема архитектурного облика: *появляются небоскребы, современные архитектурные комплексы... Мы реально выходим на планку – «третья столица»* (ЕАН. 2007. 9 октября). Актуально представление о чистоте города: *пока дороги не будут такими чистыми, как в Москве, говорить о Екатеринбурге как о третьей столице преждевременно* (ИТАР-ТАСС. 2008. 24 марта). Развивается этот смысл и при участии концепта «иностранец»: *в непривлекательном виде предстанет перед важными иностранцами утопающая в грязи «третья столица»* (Новый регион. 2013. 18 марта).

5) «географическое положение». В процессе самоидентификации отмечается, что *промышленный потенциал Екатеринбурга – следствие его географического положения. В середине XX века бомбардировщики из Европы не могли долететь до Екатеринбурга... <...> А с началом войны на Урал переехали стратегически важные предприятия европейской части СССР* (Forbes. 2007. 3 февраля). Екатеринбург представляется как *хребет страны, и интеллектуальный, и культурный, и военный оплот* (Новый регион. 2007. 17 августа). Расположение города в центре хребта Уральских гор, наличие в городской черте семи холмов позволяют активировать миф о Риме: *«былинные семь холмов придают месту какую-то особую устойчивость, прочность, солидность... С семи холмов начинается история и Москвы, и Рима. Екатеринбург тоже вырос не на равнине. Помещенный в центре Уральского горного хребта, он имеет немало возвышенностей или, как их здесь чаще называют, горок»* (<http://www.orgdosug.ru>, дата обращения 14 сентября 2014).

Интенция самоидентификации Екатеринбурга как «третьей столицы» реализовалась в наиболее обширном корпусе медиатекстов, по сравнению с интенциями отстройки и подстройки. При этом каждый из трех элементов смысла, в силу полиинтенциональности медийного дискурса, подвергся интерпретации со стороны его субъектов. Это спровоцировало языковую рефлексию по поводу ключевых смыслов «Екатеринбург – столица» (раздел 2.5).

В федеральных СМИ преобладает критика претензий города на «столичный» статус, а также негативная оценка попыток всех городов-миллионников идентифицироваться как «третьи столицы»: *«Третий Рим» я понимаю, а «третья столица», это примерно как «пятое колесо!»*

(Аргументы и факты. 2009. 6 апреля); *Что такое – третья столица? Словосочетание, в котором нет смысла. Такое же, как осетрина второй свежести* (Деловой квартал. 2006. 17 декабря). Языковая рефлексия ярко проявилась в период борьбы городов-миллионников за бренд: *а нам, действительно, приятнее жить в столице, хоть третьей, хоть четвертой, хоть пятой. Рыбы глупые ищут, где глубже, а человек – где «столичнее». Что за счастье в наше время быть жителем какого-нибудь города Крыжополя?!* (Аргументы и факты. 2009. 6 апреля). Языковая рефлексия часто связана с эмоционально-оценочной реакцией на действия властей и реализуется с помощью иронии: *можно было, конечно, попробовать традиционные способы отпугивания дестабилизирующего животного фактора, такие как пугала, но, когда речь идет о масштабах третьей столицы, мелочиться не стоит* (о покупке администрацией города дорогого ультразвукового устройства для отпугивания летучих мышей, ласточек – Е.Д.) (Новый регион. 2013. 15 февраля).

Под воздействием интенций субъектов фантомный объект «Екатеринбург – третья столица» в медийном дискурсе приобрел реальные черты. Сформировался набор смыслов, позволяющих выделить его на фоне конкурентов и соотнести с «главными» столицами. Выделен широкий спектр признаков, характеристик, свойств, которые вымышленную «третью столицу Екатеринбург» идентифицируют как реальный объект с определенным уровнем культуры, промышленности, экономики, благосостояния горожан. Формируется в дискурсе и облик Екатеринбурга как «третьей столицы»: это город с высотными зданиями, чистыми улицами, большой рекой; при этом его географическое расположение дает дополнительные возможности для роста и развития.

В процессе развертывания в медийном дискурсе, при воздействии его субъектов, фантомный денотат не только обрел реальные характеристики и «прописку» в пространстве, но и стал предметом активных дискуссий как один из фактов реальной действительности.

Смыслы «Екатеринбург – столица», став актуальными, получили развитие в разных направлениях. Сосуществование ключевых смыслов «третья столица», «столица Евразии» и «столица Урала» в дискурсивном пространстве обусловлено тем, что идентифицирующие дескрипции могут основываться на разной информации об объекте и «номинативные выражения, обладающие разным смыслом, могут именовать один и тот же объект... Смысловые различия между кореферентными именами соответствуют разным способам представления предмета, выделяют в качестве индивидуализирующих разные его стороны или свойства» [Арутюнова 1999: 97].

Третья глава **Специфика актуализации ключевых смыслов «Екатеринбург – столица Евразии» и «Екатеринбург – столица Урала» и механизмы их репрезентации в медиатекстах.**

Структурно-содержательные особенности ключевого смысла «Екатеринбург – столица Евразии» (раздел 3.1) связаны с тем, что, помимо смыслов «столица», на его развитие повлияла концепция евразийства. Ее смысл в том, чтобы «понять Россию как явление геополитическое и как духовное, как территорию, соединяющую Европу и Азию именно в их стыке, в России» [Степанов 2004: 213]. Интенции субъектов медийного дискурса при развитии данного ключевого смысла разворачивались в определенном хронотопе. Его структурно-содержательной особенностью стало то, что ключевой смысл начал продуцироваться относительно недавно, в 2000-х годах, но укоренился в медийном пространстве, поскольку имеет реальную географическую основу. На процесс осмысления ирреального денотата «Екатеринбург – столица Евразии» повлияло то, что город расположен близко к географической границе между двумя частями света.

У смысловой доминанты нескольких стабильных языковых коррелятов, помимо одноименных ключевых слов. Репрезентантами ключевого смысла являются ключевые слова «Екатеринбург – столица Евразии», а также перифраз «Екатеринбург – город на границе Европы и Азии»; «Екатеринбург – город, в котором соединяются Европа и Азия». Это связано с тем, что концепция евразийства задает лишь основные элементы ключевого смысла: Европа, Азия, их соединение в одном месте. Отношения между элементами можно выразить разными языковыми средствами.

Развертывание ключевых смыслов происходило в процессе реализации интенции идентификации Екатеринбурга как «столицы Евразии» для жителей города (раздел 3.2). Актуальные ключевые смыслы выступают в качестве модели для осмысления городского пространства, создания символики, а также в качестве модели духовной жизни «столицы», у которой есть высшая цель – объединять и сплачивать народы Европы и Азии. Выделились четыре элемента смысла, связанные с характеристиками, признаками, особенностями облика «Екатеринбурга – столицы Евразии». В процессе актуализации используются механизмы аргументации, употребления лексем с определенной семантикой. Идентификация «столицы Евразии» осуществляется также с использованием механизмов построения пространственной модели, основанной на бинарных оппозициях «Европа–Азия», «Восток–Запад».

1) смысл «выполнение функций центра» связан с проведением в городе крупных международных мероприятий: *в этом году цивилизации решили встретиться ровно на полпути: на Урале, в Екатеринбурге <...> саммит ШОС превратил Екатеринбург в столицу Евразии* (www.vesti.ru. 2009. 15 июня); *есть преимущества в части международного позиционирования Екатеринбурга, который стоит на границе Европы и Азии* (ИТАР-ТАСС. 2011. 2 августа; Джастмедиа. 2011. 3 августа). Активируется концепт «центр России», который тесно связан с концепцией евразийства: *место для переговоров в центре России, на границе Европы и Азии выбрано не случайно* (ИТАР-ТАСС. 2008. 13 мая). Центральная роль «столице Евразии» отводится

и в силу ее особой роли как транспортного узла и центра молодежной активности: *объективно мы выполняем роль географического моста между Европой и Азией. <...> ...у нас представлены практически все виды транспорта, есть развитая сеть железных и автомобильных дорог, аэропортов*» (Областная газета. 2009. 23 сентября).

2) «граница между Европой и Азией» – эти смыслы связаны с представлением о Екатеринбурге как о месте, в котором встречаются две части света: *символическое «окно в Европу» будет прорублено сегодня на границе Европы и Азии* (ИТАР-ТАСС. 2004. 24 июня); *сизю я теперь в Екатеринбурге; правая моя нога в Европе, а левая в Азии* (Областная газета. 2010. 29 января).

3) «облик». Самоидентификация «Екатеринбурга – столицы Евразии» как города с особым обликом связана с созданием субъектами медийного дискурса сетки семантических констант, которые становятся доминирующими категориями и начинают программировать процесс описания места в качестве «матрицы новых репрезентаций» [Абашев 2000: 12]. То есть в процессе развертывания ключевого смысла виртуальное пространство стало влиять на реальное, обустривая его в соответствии с ключевым смыслом: темой ледового городка *станет объединение Европы и Азии* (ИТАР-ТАСС. 2006. 4 октября); в центре города должно стоять здание в форме яхты и *один парус символизирует Европу, другой Азию. Они закреплены на единой платформе – подиуме. Мачта – это символическое единство двух континентов* (ИТАР-ТАСС. 2008. 25 января). Концепция евразийства и идеи конструктивизма проявились в медийном дискурсе в связи с темой строительства целого района: в южной части Екатеринбурга на границе Европы и Азии появится поселок с домами в виде букв «Е» и «А». При этом *буква «Е» разместится в европейской части поселка, а буква «А» – в азиатской* (ИТАР-ТАСС. 2010. 28 июля). Мэрия Екатеринбурга уточнила, что *проект будет реализован в единой архитектурной и цветовой гамме. Пролетающие над Уралом самолеты и космические корабли смогут с высоты идентифицировать границу двух частей света, пролегающую теперь уже в черте Екатеринбурга* (ИТАР-ТАСС. 2010. 28 июля). Повлияли ключевые смыслы и на выбор слогана города: *«Возможности без границ» – удачно акцентирует внимание на географической и культурной специфике Екатеринбурга, связанной с расположением на границе Европы и Азии* (Официальный портал Екатеринбурга. 2011. 2 августа; URA.ru. 2011. 2 августа; Российская газета. 2011. 2 августа; Новый регион. 2011. 2 августа).

4) тема «географическое положение» Екатеринбурга как «столицы Евразии» связана с механизмом формирования специфической пространственной модели мира. Способом описания модели мира выступает система бинарных оппозиций, образных схем, которые «доконцептуально структурируют наш опыт» [Лакофф 2004: 359]. Так, активизируется модель мира, в которой *Екатеринбург – культурная столица Евразии, расположенная на границе. И это, наверное, единственная граница в мире,*

что не разделяет, а объединяет страну и части света (Вечерний Екатеринбург. 2010. 23 ноября). В этой модели Екатеринбург стал *связующим звеном между Востоком и Западом*» (Областная газета. 2008. 26 марта; Джастмедиа. 2011. 3 августа). Исторически он был и остается «котлом», в котором разные народы сплавлялись в труде, в человеческих взаимоотношениях» (РИА Новости. 2009. 11 июня).

Ключевой смысл «Екатеринбург – столица Евразии» оказал существенное влияние на реальное пространство и стал предметом языковой рефлексии (раздел 3.3). Наиболее яркие события, связанные с этим смыслом, в медийном дискурсе подверглись негативной или негативно-ироничной оценке: *Валя Матвиенко объявила Петербург третьей европейской столицей. <...> И тут же свердловский губернатор Россель объявил Екатеринбург столицей Евразии. То ли наваждение какое, то ли сознательно последние майские дни используют, чтобы в случае чего списать все на весеннее обострение, не знаю. Но понимаю Эдуарда Эргардтовича. Нам эта Европа со Страсбургским судом, как кость в горле. <...> И тут – звонок на мобильник. Он, Эдуард Евразийский*» (Каспаров.Ru. 2006. 2 июня).

Сопоставляя ключевые смыслы «Екатеринбург – третья столица» и «Екатеринбург – столица Евразии», можно отметить, что дискурсы пересекаются в трех направлениях: и первый, и второй содержат смыслы, связанные с обликом и географическим положением, выполнением функций центра. Образ города, который формируется в СМИ для каждого из ключевых смыслов, различен.

В случае «третьей столицы» – это мегаполис с большим количеством небоскребов и выгодным для экономического роста территориальным расположением. Его центральная роль связана с промышленным потенциалом и финансовыми успехами. В случае «столицы Евразии» – место объединения двух частей света, город, в котором есть материальные объекты, транслирующие идеи евразийства. Центром, местом проведения важных политических, культурных, спортивных событий он является в силу своего пограничного положения между Европой и Азией.

Третьим направлением в развитии ключевого смысла «Екатеринбург – столица» стало «столица Урала». Его структурно-содержательная особенность (раздел 3.4.) в том, что оно выполняет функцию вторичной номинации Екатеринбурга. Это связано с тем, что «...для экзистенциальных предложений характерна более всего номинация широкого семантического охвата, она часто оказывается недостаточно эффективной для целей идентификации» [Арутюнова 1999: 101]. Частотность ключевых слов «столица Урала» проявляется не только в медийном дискурсе. Об этом свидетельствует то, что в Екатеринбурге выходит одноименный журнал, 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».

Смыслы «Екатеринбург – столица Урала» укоренились и в обыденном сознании, о чем свидетельствуют результаты проведенного нами свободного ассоциативного эксперимента. 100 опрошенным было предложено написать три ассоциации к лексеме «Екатеринбург». В результате мы получили 300 ассоциаций. Подсчет частотности этих ассоциаций дал следующие результаты: реакция «Урал» – 5,3 %; «город» – 4,3 %; «мегаполис» – 4%; «Плотинка» – 3,7 %; «столица Урала» – 3,3 %.

Нами выявлено, что журналисты при подготовке медиатекстов используют вторичную номинацию для того, чтобы избежать речевых повторов. Они употребляют ключевые слова «столица Урала» при неоднократном обозначении города Екатеринбурга: *ребятам понравилось играть в столице Урала* (Известия. 2012. 11 октября); *сейчас в городе 322 строящихся объекта...почти столько же, сколько в Москве, хотя по площади столица Урала меньше в два раза* (Новый регион. 2008. 8 апреля); *столица Урала официально вошла в список из трех городов, выдвинувших свои кандидатуры на «ЭКСПО-2020»* (Джастмедиа. 2011. 28 октября); *весной столица Урала традиционно утопала в грязи* (Джастмедиа. 2012. 12 января); *днем 13 апреля столицу Урала убирают 230 единиц различной техники* (Областная газета. 2015. 13 апреля); *выборы в столице Урала прошли 8 сентября* (Независимая газета. 2013. 13 сентября).

Смыслы «Екатеринбург – столица Урала» характеризуются наименьшей интерпретативностью. С одной стороны, статус «столицы Урала» для Екатеринбурга является наиболее определенным, так как город является столицей Свердловской области, здесь располагаются руководящие органы макрорегиона – Уральского федерального округа. С другой – это может быть связано с большей временной протяженностью бытования смысла в медийном дискурсе по сравнению с описанными выше ключевыми смыслами. Продолжение изучения специфики хронотопа ключевых смыслов «Екатеринбург – столица Урала» можно отнести к перспективным направлениям в дальнейшем исследовании темы ключевых смыслов.

В заключении подчеркивается, что причиной актуализации ключевых смыслов «Екатеринбург – столица» стала политическая интенция субъектов власти, которая была подхвачена субъектами СМИ. Тема «столичности» вошла в повестку дня средств массовой информации, попала в медийном дискурсе в фокус внимания и стала одним из элементов формируемого в общественном сознании образа Екатеринбурга. Этот ключевой смысл оказался созвучен надеждам и интересам электората – жителям города, туристам, жителям и властям других мегаполисов.

Будучи элементом интерпретативной реальности, формирующей символический капитал территории, ключевой смысл получил смысловые приращения. Фантомный денотат «Екатеринбург – столица» стал «обрастать» реальными фактами, событиями, локациями. Начался процесс

соотнесения образа Екатеринбурга с образом столицы. Этот процесс подчиняется ряду закономерностей.

1) Актуализация ключевого смысла в медийном дискурсе связана с определенным хронотопом. В процессе борьбы крупных городов за право называться третьим городом после Москвы и Санкт-Петербурга, которая активнее всего происходила в период 2003–2009 гг., выделился и интенсивно транслировался ключевой смысл «Екатеринбург – третья столица». Можно выделить два направления в его развитии: «третья столица после Москвы и Санкт-Петербурга» и «третья столица – первая среди других городов-миллионников». В период 1996–2018 гг. также происходит процесс идентификации Екатеринбурга как «третьей столицы» и транслируется смысл «третья столица для жителей».

Процесс поиска региональной идентичности Екатеринбурга активизировался в 2004 году, и в этот период выделился ключевой смысл «Екатеринбург – столица Евразии» и основное направление в его развитии «Екатеринбург – столица Евразии для жителей».

Ключевой смысл «Екатеринбург – столица Урала» и его репрезентант, который был актуализирован еще в советское время, в период индустриализации и строительства на Урале крупных заводов, на протяжении длительного отрезка времени функционирует в дискурсе в качестве вторичной номинации Екатеринбурга.

2) Функционирование элементов ключевого смысла в медийном дискурсе происходит под влиянием интенций субъектов медийного дискурса. Под влиянием интенции подстройки под официальные столицы при участии субъектов власти выделился смысл «Екатеринбург – третья столица после Москвы и Санкт-Петербурга». Под влиянием интенции отстройки в период обостренной политической борьбы между городами-миллионниками выделился элемент смысла «Екатеринбург – третья столица, главный среди городов-миллионников». Наряду с этими направлениями под влиянием интенции идентификации при участии политиков, общественных деятелей, бизнесменов, представителей культуры развивается смысл «Екатеринбург – третья столица для жителей». Под влиянием интенции идентификации, поиска региональной идентичности и при участии субъектов власти и общественных деятелей выделился смысл «Екатеринбург – столица Евразии».

3) На процесс актуализации ключевого смысла «Екатеринбург – столица» влияют разные концептуальные структуры дискурса, под их воздействием происходит фокусировка тех или иных элементов. При участии ментального конструкта «столица» и под влиянием интенций субъектов медийного дискурса выделились элементы смысла «передовые инициативы», «духовная связь», «количество населения», «возможность быть главным городом страны», «бренд “Третья столица России”», «богатство», «культура», «выполнение функций центра», «особый облик», «особое географическое положение». Под влиянием концепции евразийства в

медийном дискурсе выделились смыслы «граница Европы и Азии – часть имиджа Екатеринбурга», «уникальное географическое положение – на границе Европы и Азии».

Ключевой смысл при участии концептуальных структур способен образовывать смысловые сгущения, вербализованные в «синтаксисе» и «словаре» текста. На разных этапах развития доминанты «Екатеринбург – столица» на ее бытование в медийном дискурсе влияли концепты «деньги», «бизнес», «иностранец», «культура», «цивилизация», «свой–чужие», «дорога». В фокусе внимания оказывались символы «башни», «реки», «ворот», «моста», «котла», «Рима», «храма».

4) Для актуализации элементов ключевого смысла в медиатекстах используются различные механизмы. Будучи элементом символической реальности, ключевой смысл нуждается в обосновании, чтобы быть принятым субъектами медийного дискурса. С этой целью журналистская практика выработала особые механизмы. Наиболее часто используется аргументация, ассоциативная активация смыслов с помощью употребления лексем с определенной семантикой. При реализации интенции идентификации «третьей столицы» и «столицы Евразии» применяются также когнитивная метафора, ирония. Специфическим механизмом при идентификации «третьей столицы» является наведение сем. Идентификация смысла «столица Евразии» осуществляется с использованием специфического механизма построения пространственной модели, основанной на бинарных оппозициях «Европа–Азия», «Восток–Запад».

5) Процесс актуализации ключевого смысла сопровождается языковой рефлексией. Наиболее активную роль в этом процессе взяли на себя представители власти города и региона, а также руководители и политические деятели других геополитических субъектов. Выразителем рефлексии в ряде случаев являлись и авторы материалов, выполненных в жанре фельетона или корреспонденции с использованием иронии и когнитивной метафоры.

Основные положения и результаты диссертационного исследования отражены в следующих публикациях:

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК:

1. Дуреко Е.Ю. Медиаконцепт «Екатеринбург – столица» и его варьирование в журналистском дискурсе /Дуреко Е.Ю.// Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. № 2 (101), 2012. – С. 77–83 (0,4 п.л.).

2. Дуреко Е.Ю. Ключевые смыслы «Екатеринбург – третья столица» в федеральном и региональном медийном дискурсах / Соболева Е.Г., Дуреко Е.Ю. // Известия Уральского федерального университета. – Серия 1.

Проблемы образования, науки и культуры. № 2 (138). – Екатеринбург : Издательство Уральского федерального университета, 2015.– С. 100–107 (0,5 п.л./ 0,5 п.л.; авторские не разделены).

3. Дуреко Е.Ю. Специфика фокусирования ключевых смыслов «Екатеринбург – столица» в федеральном и региональном медийном дискурсах / Соболева Е.Г., Дуреко Е.Ю. // Вестник Челябинского государственного университета. – Филология искусствоведение. – Вып. 95, № 10 (365), 2015. – С. 152–159 (0,6 п.л./ 0,6 п.л.; авторские не разделены).

Публикации в других научных изданиях:

4. Дуреко Е.Ю. Миф «Екатеринбург – третья столица» и его герои / Дуреко Е.Ю., Соболева Е.Г. // Уральский исторический вестник №1 (22): Институт истории и археологии УРО РАН, 2009 – С.113–119 (0,5 п.л./ 0,5 п.л.; авторские не разделены).

5. Дуреко Е.Ю. Позicionирование Екатеринбурга в дискурсивной практике региональных СМИ. / Дуреко Е.Ю. // LINGUISTICA JUVENIS. Сборник научных трудов молодых ученых. Выпуск 11. – Екатеринбург: ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2009. – С. 43–49 (0,35 п.л.).

6. Дуреко Е.Ю. Образ Екатеринбурга в медийном дискурсе: динамика актуальных смыслов / Дуреко Е.Ю. // Литература Урала: история и современность: сб.ст. Вып.5: Национальные образы мира в региональной проекции. Ин-т истории и археологии УрО РАН. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2010. – С. 374–381 (0,3 п.л.).

7. Дуреко Е.Ю. Культурный герой в мифологии города: образ старика Букашкина в текстах екатеринбургских СМИ / Дуреко Е.Ю. // Продвижение территории через культурные бренды: использование новых коммуникационных технологий: материалы I международной научно-практической конференции (26 марта 2010 г.) / под ред. М.С. Штерн, Н.А. Мельниковой, Т.Н. Скок, Н.В. Вагентляйтнер. – Омск: Изд-во «Образование Информ», 2010. – С. 155–160 (0,35 п.л.).

8. Дуреко Е.Ю. Формирование имиджа Екатеринбурга в медийном пространстве / Дуреко Е.Ю. // Имиджелогия – 2010: На пути к национальной идее: Материалы Восьмого Международного симпозиума по имиджелогии / Под ред. Е.А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, 2010. – С. 63–69 (0,3 п.л.).

9. Дуреко Е.Ю. Бытование концепта «Столица» в текстах екатеринбургских СМИ / Дуреко Е.Ю. // STUDIUM JUVENIS: Межвузовский сборник трудов молодых ученых / Науч. ред. М.И. Окружная, отв. ред. Н.Н. Кокшарова. – Выпуск 3. – Челябинск: СИМАРС, 2010. – С. 31–36 (0,35 п.л.).

10. Дуреко Е.Ю. Мифологема «Екатеринбург – третья столица» в средствах массовой информации Екатеринбурга / Дуреко Е.Ю. // Язык города: материалы Международной научно-практической конференции (15–16 октября 2009 г.) / ГОУВПО «АГАО». – Бийск: ГОУВПО «АГАО», 2010. – С. 51–55 (0,25 п.л.).

11. *Дуреко Е.Ю.* Роль концепта «Столица» в формировании имиджа Екатеринбурга. / *Дуреко Е.Ю.* // Современные рекламные технологии: теория и практика: мат-лы II Междунар. науч.-практ. конф. (заоч.) 6 окт. 2001 г. Тамбов / Отв. ред. А.В. Прохоров; М-во обр. и науки РФ, ФГБОУ ВПО «Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина». – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2011. – С. 107–111 (0,25 п.л.).

12. *Дуреко Е.Ю.* Ключевой смысл «Екатеринбург – третья столица» в дискурсе СМИ. / *Дуреко Е.Ю.* // Интегрированные маркетинговые коммуникации как фактор динамики развития социальных систем: сб. статей / Ин.-т гос. упр. и предпринимательства; Департамент маркетинговых коммуникаций и брендинга; [отв. ред. Е.Г. Соболева, Л.Э. Старостова]. – Екатеринбург: ИГУП, 2012. – С. 173–178 (0,3 п.л.).

13. *Дуреко Е.Ю.* СМИ как инструмент геобрендинга: механизм наведения сем в публицистических текстах / *Дуреко Е.Ю.* // Брендинг малых и средних городов России : опыт, проблемы, перспективы : материалы Международ. науч.-практ. заоч. конф. – Екатеринбург: УрФУ, 2013 – С. 49 – 54 (0,3 п.л.).

14. *Дуреко Е.Ю.* Специфика ключевых смыслов «Екатеринбург – третья столица» в медийном дискурсе / *Дуреко Е.Ю.* // ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ: перспективы развития научного направления: материалы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 26–28.08.2014) / гл. ред. А. П. Чудинов. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2014. – С.67–71 (0,45 п.л.).

15. *Дуреко Е.Ю.* Ключевые смыслы «Екатеринбург – третья столица» в региональном и федеральном медийном дискурсах / *Дуреко Е.Ю.* // Гуманитарные аспекты современных массмедиа: проблемы, противоречия: материалы междунар.нач.-практ. конф. (Екатеринбург, 9-10 апреля 2015 г.) / сост. О.В. Ильина; Урал. фед. ун-т. – Екатеринбург: Изд.-во Урал. ун-та, 2015. – С.114–117 (0,25 п.л.).