

Э. В. Булатова
Екатеринбург, Россия

ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ ВЫДЕЛЕНИЯ ВЕРБАЛЬНЫХ КЛЮЧЕВЫХ ЗНАКОВ МЕДИАТЕКСТОВ AD QUAESTUM

АННОТАЦИЯ. В статье даны определения понятий «дискурсивная практика», «ключевой знак», «медиатексты Ad utilitatem» («Для пользы»), «медиатексты Ad quaestum» («Для выгоды»). На примере рассмотрения материалов корпоративной прессы, характерными чертами которых являются иницированность, оптимизированность и селективность, показана специфика медиатекстов Ad quaestum. Отмечено, что к числу важных признаков, демонстрирующих природу текста, относится оценка характера его ключевых знаков. Выделены виды ключевых знаков. Описаны практики выделения вербальных ключевых знаков в PR-публикациях.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: дискурсивные практики; ключевые знаки; ключевые слова; медиатекст; медиатексты Ad utilitatem, медиатексты Ad quaestum; медиадискурс; корпоративная пресса; дискурс СМИ; смысловая структура текста.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Булатова Элина Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка и стилистики департамента «Факультет журналистики», Уральский федеральный университет; 620002, Россия, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: elina2824@yandex.ru.

Материалы Международной научной конференции «Один пояс — один путь. Лингвистика взаимодействия» (Екатеринбург, 16—21 октября 2017 г.).

Согласно данным словарей, практика — «вся совокупность деятельности людей, направленной на освоение и преобразование природы и общества, составляющая движущую силу развития общества и человеческого познания» [Словарь русского языка 1983: 358]; «деятельность людей, в ходе которой они, воздействуя на материальный мир и общество, преобразуют их; деятельность по применению чего-нибудь в жизни, опыт» [Ожегов и др. 2003: 578]; «непосредственная человеческая деятельность» [Большой словарь иностранных слов 2002: 532]. Соответственно, интегральной семой в понятийном содержании слова «практика» является сема «деятельность». По широко известному определению дискурс — «связный текст в совокупности с экстралингвистическими — прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 136]. При этом текст — «всякий связный знаковый комплекс» [Бахтин 1986: 473], что же касается речи, то она представляет собой «конкретное говорение, происходящее в звуковой (включая внутреннее проговаривание) или письменной форме. Под речью принято понимать как сам процесс говорения, так и результат этого процесса, т. е. и речевую деятельность и речевые произведения, фиксируемые памятью или письмом» [Русский язык 1979: 255]. Во втором случае, если речевое произведение представляет собой «связный знаковый комплекс», мы имеем дело с текстами. Сле-

довательно, понятия «текст» и «речь» тесно связаны: в процессе речевой деятельности происходит продуцирование текстов.

Таким образом, в широком смысле «дискурсивная практика» — это речевая или текстовая деятельность. (Ср.: «Использование языка (дискурс) есть процессуальная деятельность, у которой есть все динамические характеристики деятельности как таковой, есть средства ее осуществления, есть ее результат (текст), но главное, исполнители и их цели» [Кубрякова 2004: 527]. См. также определение дискурса, данное В. В. Красных: «Дискурс есть вербализованная речемыслительная деятельность, понимаемая как совокупность процесса и результата и обладающая как собственно лингвистическим, так и экстралингвистическим планами» [Красных 2003: 113].) Подобным образом определяет это понятие Социологический словарь: дискурсивная практика — «категория, которая обозначает речевую деятельность, осуществляемую в соответствии с требованиями определенного типа дискурса в процессе его производства и воспроизводства» [Социологический словарь]. Можно говорить о дискурсивных практиках адресанта и дискурсивных практиках адресата. Первые предполагают деятельность по продуцированию, вторые — по восприятию речи. Восприятие бывает разных видов. Особой дискурсивной практикой является исследовательская практика, предполагающая углубленный характер ознакомления с текстом и использование разноплановых методов его анализа.

Дискурсивные практики в каждой сфере общественной деятельности имеют специфические черты. Предметом нашего рассмотрения стали сообщения корпоративных

СМИ, адресованные внешней аудитории (Business-to-Customer (B2C) — бизнес-потребитель), — прагматические тексты, нацеленные на создание благоприятного имиджа компании в глазах реальных и потенциальных клиентов и, следовательно, на увеличение их числа. Это разновидность локально выгодных медиатекстов (Ad quaestum). Медиатексты Ad quaestum (условно говоря, «корыстные», см.: «Корыстный. Основанный на корысти, направленный на извлечение личной выгоды, пользы» [Словарь русского языка 1983: 109]) — это созданные заинтересованным адресантом или созданные СМИ по заказу такого адресанта материалы, целью которых является воздействие на адресата для достижения частной/локальной выгоды. Это политически или коммерчески прагматические тексты, нацеленные на приобретение чего-либо (получение дохода, выгоды; усиление влияния). К текстам Ad quaestum мы относим PR-публикации, коммерческую и политическую рекламу. Локально выгодные медиатексты Ad quaestum противопоставлены медиатекстам общественно полезным (Ad utilitatem).

Медиатексты Ad utilitatem (условно говоря, «бескорыстные», см.: «Бескорыстный. Чуждый корысти, стремления к личной выгоде, наживе» [Словарь русского языка 1981: 81]) — материалы, целью которых является информирование адресата или воздействие на него для достижения общественной пользы. Это тексты политически и коммерчески непрагматические: не преследующие целей продвижения (образа политика или товара/услуги). К общественно полезным текстам мы относим тексты журналистского дискурса и социальной рекламы, которые привлекают внимание к насущным, злободневным проблемам социума (см.: [Булатова 2013б]).

Представление о типе текста можно получить на основании анализа его формальных и содержательных признаков, характеризующих дискурсивные практики автора, а также привлекая данные, характеризующие дискурсивные практики адресата. К числу

важных признаков, демонстрирующих природу текста, относится оценка характера его ключевых знаков.

Под ключевым текстовым знаком (далее — КЗ) мы понимаем двусторонние материально-идеальные единицы разной семиотической природы, репрезентирующие ключевые смыслы текста. Ключевой смысл, в свою очередь, понимается как значимый компонент основного содержания текста, без которого адекватное восприятие текста затруднительно или невозможно. В креолизованных текстах электронных СМИ для выражения ключевых смыслов могут использоваться вербальные, визуальные и аудиальные знаки, в текстах печатных СМИ — вербальные и визуальные знаки. Представим соотношение близких понятий «ключевые знаки», «ключевые смыслы», «ключевые слова» в виде таблицы (табл. 1).

Ключевая лексика, по мысли авторов сборника «Ключевые слова текущего момента», несет в себе «элементарные частицы» общественного сознания и таит возможность воздействия на него [цит. по: Слово и ключевые смыслы в современных медиа-текстах 2004]. Как указывает Л. М. Майданова, такие «отмеченные» слова текстов СМИ, безусловно, отражают „практику жизни“ [Там же: 7]. Анализ ключевых знаков текста позволяет выделить основные смыслы, транслируемые СМИ, и (в нашем случае) получить ответ на вопрос, как реализуется смысл «наша прекрасная организация» в корпоративных медиатекстах.

Для вычленения КЗ в отдельном тексте может быть использован комплекс методик: экспериментальные психолингвистические методики, компьютерный количественный метод определения частоты слов в тексте, формально-содержательный способ обнаружения КЗ по сильным позициям текста, а также содержательный метод обнаружения КЗ, предполагающий опору на основные элементы смысловой структуры текста (см. об этом: [Булатова 2013а]).

Таблица 1

Соотношение понятий «ключевые знаки», «ключевые смыслы», «ключевые слова»

Ключевые знаки, выражающие ключевые смыслы текста			
Вербальные ключевые знаки		Визуальные ключевые знаки	Аудиальные ключевые знаки
Ключевые слова	Ключевые фразы (словосочетания и предложения)	Ключевые изображения	Ключевые фрагменты аудиоряда

Практику выделения ключевых знаков в текстах корпоративных СМИ покажем на примере анализа публикаций газеты «Екатеринбургский государственный академический театр оперы и балета», которая издаётся с 2009 г. Газета представляет собой глянцево-восьмиполосное издание (на сайте театра доступна электронная версия, идентичная печатной). Распространяется бесплатно в фойе Театра оперы и балета, периодичность выхода — 1 раз в месяц. Эмпирическую базу исследования составили материалы, опубликованные с мая по ноябрь 2011 г.

Компьютерный количественный анализ показал, что наиболее частотным словом каждого номера явилось слово «театр». Также в десятку самых частотных слов всех публикаций входят лексемы «год» (второе по частоте употребления слово), «опера», «спектакль», «балет», «партия», «работа», «работать», «артист», «человек». В двадцатку — «постановка», «екатеринбургский», «сезон», «репертуар», «зритель», «публика», «жизнь», «время», «труппа», «сцена». Приведем данные, характеризующие степень употребительности данной лексики в русском языке. С этой целью воспользуемся материалами «Частотного словаря современного русского языка» О. Н. Ляшевской и С. А. Шарова [Ляшевская, Шаров 2009].

Слово «год» является самым частотным существительным по данным словаря — 3727.5 ipm, ранг 28 (ipm — число употреблений на миллион слов корпуса; частотный ранг слова — порядковый номер в общем частотном списке, содержащем 20 004 слова). Остальная лексика расположилась в следующем порядке: «человек» — 2723.0 ipm, ранг 39; «время» — 2015.7 ipm, ранг 52; «жизнь» — 1389.8 ipm, ранг 66; «работа» — 1058.3 ipm, ранг 87; «работать» — 611.2 ipm, ранг 148; «театр» — 305.3 ipm, ранг 330; «партия» — 250.4 ipm, ранг 420; «сцена» — 177.2 ipm, ранг 633; «спектакль» — 164.7 ipm, ранг 693; «артист» — 98.0 ipm, ранг 1239; «зритель» — 91.7 ipm, ранг 1338; «публика» — 74.6 ipm, ранг 1638; «сезон» — 69.2 ipm, ранг 1749; «постановка» — 49.5 ipm, ранг 2361; «опера» — 34.3 ipm, ранг 3189; «балет» — 21.4 ipm, ранг 4714; «репертуар» — 17.2 ipm, ранг 5533; «труппа» — 16.8, ранг 5628.

Таким образом, слово «театр», обозначающее наиболее частотное понятие публикаций, является не самым частотным в языке, а взаимосвязанные с ним слова «опера» и «балет» находятся на периферии языкового словоупотребления. Однако для театрального мира эти периферийные понятия

становятся центральными, краеугольными. Без них не обходится практически ни одна публикация.

Другим способом определения ключевых знаков текста является анализ основных элементов смысловой структуры произведения. Применительно к практике изучения текстов СМИ существует традиция рассмотрения их смысловой структуры как логического каркаса, определяющего отношения между аналитическими, событийными и предметными элементами содержания. Теория смысловой структуры журналистского текста разработана Л. М. Майдановой. В составе смысловой структуры выделяются следующие элементы: 1) основная/главная мысль текста (предмет речи и его основной анализируемый признак) (ГМ), 2) элементы общего содержания: а) основные: констатирующие тезисы (КТ), развивающие тезисы (РТ), аналитическая оценка ситуации/вывод (АОС), б) второстепенные элементы: иллюстрации к развивающим и констатирующим тезисам, а также фон (подводка) к цели сообщения [Майданова 2007]. Выделение КЗ в материалах корпоративных медиа также целесообразно проводить с опорой на основные элементы смысловой структуры текста: доминантные КЗ содержатся в ГМ и АОС, а второстепенные КЗ — в КТ.

Рассмотрим в качестве примера смысловую структуру публикации «Многообещающее начало» (февраль 2011 г.).

«Многообещающее начало».

Театр начал год с большого гастрольного тура по Китаю и Турции

Китайские зрители увидели последнюю балетную премьеру нашего театра „Лебединое озеро“, а в Анкаре был показан балет „Любовь и Смерть“. Подробнее об этих событиях рассказывает директор театра Андрей Шишкин:

— Для нашего театра нынешний календарный год начался весьма активно, с гастролей в Китае, которые продолжались почти три недели. Балетная труппа в составе 56 человек представляла наш новый балет „Лебединое озеро“ на сценических площадках различных городов Поднебесной. Спектакли проходили с неизменным успехом. Однако, что касается самой поездки, то она включала в себя много переездов и в целом оказалась достаточно тяжелой для труппы.

Более приятные впечатления остались у артистов после выступлений в Турции. Инициатором этих гастролей выступил Полад Бюльбюль оглы, композитор, создавший балет „Любовь и Смерть“, Посол Республики Азербайджан в России. Мы представили два спектакля 13 и 14 января. Оба спектакля

прошли с аншлагом. Публика оценила высокий профессиональный уровень исполнителей, а также интересное воплощение темы: как известно, балет создавался по мотивам древнейшего азербайджанского эпоса „Китаби Деде Горгуд“.

По окончании спектаклей артисты получили множество цветов и поздравлений. В знак благодарности от Международной культурной организации ТЮРКСОЙ главному балетмейстеру, постановщику спектакля Надежде Малыгиной, дирижеру Павлу Клиничеву, а также исполнителям главных партий Елене Воробьевой, Максиму Клековкину, Алие Муратовой и Денису Зайнудинову были вручены памятные подарки. Репортажи о гастролях Екатеринбургского театра транслировались на всех местных телеканалах.

Искренне восхищала организация этих гастролей. Нам был устроен самый радужный прием. Нас поселили в замечательный отель недалеко от театра и предоставили все условия для двух полноценных репетиций балета и оркестра. Полад Бюльбюль оглы лично проявлял заботу об артистах, всякий раз интересуясь при встрече, нет ли у нас каких-то особых пожеланий относительно условий проживания, меню и т. п. Конечно, все мы были тронуты таким вниманием.

По нашим самым приблизительным подсчетам на поездку было потрачено порядка 5 млн. рублей, и мне хотелось бы искренне поблагодарить всех, кто помог этим гастролям осуществиться. Хочется высказать слова особой признательности Поладу Бюльбюль оглы. Огромная благодарность театра — в адрес Международного центра турецкой культуры.

Главным итогом нашего визита стал меморандум о сотрудничестве между Екатеринбургским театром оперы и балета и театрами Турции. Вместе с директором объединенных турецких театров мы подписали документ в торжественной обстановке в присутствии директора департамента современного искусства и международных культурных связей Министерства культуры РФ Алексея Шалашова, Посла Азербайджанской Республики в РФ Полада Бюльбюль оглы и других высоких гостей, среди которых были директора турецких театров, руководители консерватории и филармонии из Баку и т. д.

Итак, был подписан протокол о намерении, согласно которому наш театр в 2012 году едет на гастроли в Аспендос. Это престижный музыкальный фестиваль, который проходит в курортной зоне недалеко от Анталии, в старинном римском амфитеатре. Екатеринбургскому театру оперы и балета в

2012 году исполняется сто лет, и для всех нас очень важно, что труппа выезжает на столь представительные гастроли в июне, предвосхищая тем самым юбилейные торжества, которые развернутся в октябре 2012. На этот раз мы повезем в Турцию оперу, однако произведение пока еще не выбрано.

В свою очередь, в апреле 2012 года, как предусматривает соглашение, мы принимаем у себя коллектив театра Анкары. Турецкая труппа покажет в Екатеринбурге оперу Моцарта „Похищение из Сераля“. Сюжет оперы имеет прямое отношение к Турции, поскольку события разворачиваются на территории Османской империи. Это произведение Моцарта в нашем театре никогда не ставилось, так что представление будет интересно для зрителя.

Таким образом, наши гастроли, состоявшиеся в Анкаре, можно считать началом больших творческих взаимоотношений» (текст дан в сокращении).

Построим схему смысловой структуры данного текста.

Фон: китайские зрители увидели последнюю балетную премьеру нашего театра «Лебединое озеро», а в Анкаре был показан балет «Любовь и Смерть». Подробнее об этих событиях рассказывает директор театра Андрей Шишкин.

ГМ: Гастроли театра по Китаю и Турции, состоявшиеся в начале года, были успешными и плодотворными (имплицитная).

Кт 1: Так как спектакли в Китае, которые шли почти три недели на сценических площадках различных городов Поднебесной, проходили с неизменным успехом.

Рт к Кт 1: Однако поездка включала в себя много переездов и в целом оказалась достаточно тяжелой для труппы.

Кт 2: Так как приятные впечатления остались у артистов после выступлений в Турции.

Илл.: Инициатором этих гастролей выступил Полад Бюльбюль оглы, композитор, создавший балет «Любовь и Смерть», посол Республики Азербайджан в России.

Рт 1 к Кт 2: Оба спектакля (13 и 14 января) прошли с аншлагом. Публика оценила высокий профессиональный уровень исполнителей, а также интересное воплощение темы: как известно, балет создавался по мотивам древнейшего азербайджанского эпоса «Китаби Деде Горгуд».

Рт к Рт 1 (к Кт 2): По окончании спектаклей артисты получили множество цветов и поздравлений. В знак благодарности от Международной культурной организации ТЮРКСОЙ главному балетмейстеру, постановщику спектакля Надежде Малыгиной, ди-

рижеру Павлу Клиничеву, а также исполнителям главных партий Елене Воробьевой, Максиму Клековкину, Алие Муратовой и Денису Зайнудинову были вручены памятные подарки. Репортажи о гастролях Екатеринбургского театра транслировались на всех местных телеканалах.

Рт 2 к Кт 2: Искренне восхищала организация этих гастролей.

Рт а) к Рт 2 (к Кт 2): Нам был устроен самый радушный прием. Нас поселили в замечательный отель недалеко от театра и предоставили все условия для двух полноценных репетиций балета и оркестра. Полад Бюльбюль оглы лично проявлял заботу об артистах, всякий раз интересуясь при встрече, нет ли у нас каких-то особых пожеланий относительно условий проживания, меню и т. п.

Рт б) к Рт а): Конечно, все мы были тронуты таким вниманием.

Рт в) к Рт 2 (к Кт 2): По нашим самым приблизительным подсчетам, на поездку было потрачено порядка 5 млн рублей, и мне хотелось бы искренне поблагодарить всех, кто помог этим гастролям осуществиться. Хочется высказать слова особой признательности Поладу Бюльбюль оглы. Огромная благодарность театра — в адрес Международного центра турецкой культуры.

Кт 3: Так как главным итогом нашего визита стал меморандум о сотрудничестве между Екатеринбургским театром оперы и балета и театрами Турции.

Илл. к Кт 3: Вместе с директором объединенных турецких театров мы подписали документ в торжественной обстановке в присутствии директора департамента современного искусства и международных культурных связей Министерства культуры РФ Алексея Шалашова, посла Азербайджанской Республики в РФ Полада Бюльбюль оглы и других высоких гостей, среди которых были директора турецких театров, руководители консерватории и филармонии из Баку и т. д.

Рт 1 к Кт 3: согласно подписанному протоколу о намерении, наш театр в 2012 г. едет на гастроли в Аспендос.

Илл.: Это престижный музыкальный фестиваль, который проходит в курортной зоне недалеко от Анталы, в старинном римском амфитеатре. Екатеринбургскому театру оперы и балета в 2012 г. исполняется сто лет, и для всех нас очень важно, что труппа выез-

жает на столь представительные гастроли в июне, предвосхищая тем самым юбилейные торжества, которые развернутся в октябре 2012 г. На этот раз мы повезем в Турцию оперу, однако произведение пока еще не выбрано.

Рт 2 к Кт 3: В свою очередь, в апреле 2012 г., как предусматривает соглашение, мы принимаем у себя коллектив театра Анкары.

Илл.: Турецкая труппа покажет в Екатеринбурге оперу Моцарта «Похищение из Сераля». Сюжет оперы имеет прямое отношение к Турции, поскольку события разворачиваются на территории Османской империи. Это произведение Моцарта в нашем театре никогда не ставилось, так что представление будет интересно для зрителя.

АОС: Таким образом, наши гастроли, состоявшиеся в Анкаре, можно считать началом больших творческих взаимоотношений.

Доминантными вербальными КЗ, по результатам анализа смысловой структуры текста, являются слова «театр», «гастроли», «год», «Китай», «Турция», «Анкара», а также фразы, отражающие смысл успешности гастролей: «были успешными и плодотворными», «начало больших творческих взаимоотношений». Заголовок — сильная позиция текста — добавляет в состав КЗ слово «многообещающее» (начало), семантически связанное с АОС, а также слова «год», частотность которого в текстах издания определяется необходимостью обозначить вехи театральной жизни, и «большой», подчеркивающее значительность представленного события. Констатирующие тезисы включают повторы доминантной лексики «Екатеринбургский театр оперы и балета», «Китай», «Турция», «проходили с неизменным успехом», а также второстепенные ключевые слова и фразы «меморандум о сотрудничестве», «спектакли», «приятные впечатления», «артисты».

Представим результаты компьютерного анализа частоты слов в тексте (топ-20 частотных слов; табл. 2), а также приведем данные лингвистического эксперимента, в ходе которого 22 респондентам нужно было выделить ключевые слова и выражения в тексте (топ-20 слов, выделенных респондентами; табл. 3). Для статистической обработки результатов использовалась программа сайта istio.com.

Таблица 2. Топ-20 частотных слов

№	Слово	Количество повторений	Доля в тексте, %
1	театр	20	2,4
2	гастроли	12	1,4
3	Турция	9	1,1
4	Анкара	9	1,1
5	год	8	0,9
6	балет	7	0,8
7	спектакль	6	0,7
8	культура	6	0,7
9	директор	5	0,6
10	артист	5	0,6
11	турецкий	5	0,6
12	опера	5	0,6
13-15	Полад Бюльбюль оглы	5	0,6
16	труппа	5	0,6
17	международный	4	0,4
18	министерство	4	0,4
19	ТЮРКСОЙ	4	0,4
20	оркестр	3	0,3

Таблица 3. Топ-20 слов, выделенных респондентами

№	Слово	Количество упоминаний в качестве КЗ
1	гастроли	17
2	театр	16
3	меморандум	11
4	взаимоотношение	9
5	год	9
6	Турция	9
7	сотрудничество	8
8	балет	8
9	премьера	7
10	успех	7
11	опера	5
12	труппа	5
13—14	5 млн рублей	4
15	творческий	4
16	прием	4
17	радушный	4
18	аншлаг	4
19	спектакль	4
20	артист	3

Мы видим значительное совпадение результатов всех проведенных анализов: «театр», «гастроли», «год», «Турция» и некоторые другие слова выделяются в качестве ключевых во всех случаях. В первую очередь это лексика, относящаяся к представ-

лению предмета мысли автора. Что же касается лексики, отражающей основной анализируемый признак предмета мысли и аналитическую оценку ситуации («успех», «творческие взаимоотношения» и пр.), то она выделяется в ходе анализа смысловой струк-

туры, а также в ходе лингвистического эксперимента. Слово, важное в смысловом отношении (согласно анализу смысловой структуры текста), может не иметь большого числа повторений в тексте и, следовательно, не отражаться в результатах количественного компьютерного анализа. И напротив, частотной может оказаться менее важная лексика, например, «директор», «министерство», «оркестр» в рассмотренной публикации. Таким образом, опрос читателей представляет собой более точный, по сравнению с компьютерным анализом, механизм определения ключевых знаков текста, позволяющий, кроме того, оценить восприятие текста адресатом. В данном случае мы видим, что, помимо доминантных ключевых знаков, значимым для респондентов стало словосочетание «5 млн рублей», демонстрирующее затраты на поездку, а также слова и словосочетания «меморандум» (отражающее конкретный результат поездки), «аншлаг», «радушный прием» (конкретизирующие смысл успешности состоявшихся гастролей).

Как уже отмечалось выше, «театр» — наиболее частотное слово всех рассмотренных публикаций, обозначающее центр корпоративного мира. И подавляющее большинство передаваемых ключевыми вербальными знаками смыслов, связанных с ним, является позитивным. Показательны заголовки номеров за 2011 г.: «Искусство на все времена», «Событие года — гастроли», «Три номинации на „Золотую маску“», «Благодарность от Большого театра», «Живем премьерами и гастролями», «Новая победа Детского хора театра», «Это будет настоящий прорыв!», «„Палладио“ в Петербурге: екатеринбургский балет заявил о себе на DANCE OPEN», «Все самое интересное — у нас!», «Ритму города соответствуем», «Счастье служить людям», «Шесть приглашений за рубеж», «„Браво!“ — лучшим», «Добиваясь высокого стиля», «Учиться и развиваться — всегда!», «Победа маленьких профи: детский хор получил приз на международном конкурсе» и др. Нам встретилась только одна публикация — «Возвратить вокальную культуру» (ноябрь 2011 г.), — содержащая некоторое количество критики, передаваемой доминантными и второстепенными ключевыми знаками. Речь шла о спорных моментах новой постановки оперы «Князь Игорь» и об общих проблемах оперной труппы: «...теряется вокальная эстетика, появляется пестрота», «по набору голосов у нас очень перспективная труппа, но по уровню вокальной культуры — не всегда», «есть претензии: кто-то не соответствует роли» и др. Проблемы в театральной жизни есть, и

достаточно существенные, однако о них издание практически не упоминает, преимущественно используя форму «рапорта об успехах». Цель издания — создание благоприятного имиджа театра и продвижение театрального «продукта» — спектаклей путем информирования о премьерах, рассказа о постановках в позитивном ключе.

В стилистическом отношении для газеты характерны следующие признаки:

1) стабильный жанровый состав: преобладающие жанры — заметки с цветными иллюстрациями, мини-рецензии, интервью с приглашенными артистами, фотопубликации, представляющие сцены из спектаклей в рубрике «Фотоальбом», отчеты о гастролях. На последней полосе всегда размещается афиша. Серьезные, аналитические рецензии, репортажи отсутствуют;

2) узкая корпоративная тематика: издание ориентировано исключительно на освещение событий, имеющих отношение к Екатеринбургскому театру оперы и балета;

3) ровный, сдержанно-пафосный стиль публикации без яркого проявления авторского «я»;

4) присутствие значительного количества терминов («ферьетуры», «форшлагги», «каденции», «форте», «речитативы» и пр.) и оценочной лексики («легкое и изящное произведение», «лучшее сопрано», «великолепная акустика», «окации» и пр.).

Отметим отсутствие обратной связи. Вместе с тем издание, несомненно, интересно аудитории благодаря 1) высококачественному полиграфическому исполнению, упомянутым ярким фотографиям, содержащим крупные планы напряженных или интригующих моментов спектаклей; 2) портретным интервью, предоставляющим читателям возможность получить сведения о некоторых деталях биографии, чертах личности любимых артистов; 3) познавательным рубрикам: «Закулисье» (в которой размещается информация о том, как создаются декорации, костюмы исполнителей, реквизит), «Архивная страница» (в которой рассказывается об истории театра) и пр.

Можно сделать вывод, что публикации в газете «Екатеринбургский государственный академический театр оперы и балета» строятся в соответствии с законами PR-деятельности, предполагающими иницированность, оптимизированность и селективность передаваемой информации (об этих законах см.: [Кривонос 2002]). Анализ ключевых знаков в этой ситуации может служить одним из инструментов, выявляющих дискурсивную форму издания.

В завершение отметим, что анализируемое издание представляет собой «глянце-

вую газету»: печать осуществляется на глянцевого бумаге, большая часть материалов — это яркие, красочные креолизованные тексты, оказывающие комплексное вербально-визуальное воздействие на читателя: высококачественные фотографии сцен из спектаклей рисуют «наш прекрасный, яркий мир театра». Соответственно представляется возможным выделение ключевых изображений. Анализ визуальных ключевых знаков креолизованных публикаций является, на наш взгляд, перспективным направлением исследований корпоративных медиатекстов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Литературно-критические статьи. — М. : Худож. лит., 1986. 543 с.
2. Большой словарь иностранных слов. — М. : Изд-во Центрполиграф : Полнос, 2002. 816 с.
3. Булатова Э. В. Практика выделения ключевых знаков журналистского текста // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2013а. № 3 (116). С. 10—17.
4. Булатова Э. В. Социальные функции медиатекстов разных типов // Журналистика в 2012 году: социальная миссия и профессия : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. — М. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2013б. С. 316—317.
5. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? — М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. 375 с.

E. V. Bulatova
Ekaterinburg, Russia

DISCURSIVE PRACTICES OF FINDING VERBAL KEY SIGNS OF AD QUAESTEM MEDIA TEXTS

ABSTRACT. *The paper defines the notions “discursive practice”, “key sign” and “Ad utilitatem media text” (socially-important texts). Ad utilitatem media texts are the texts whose goal is to inform or manipulate an addressee to get some social benefit. Ad utilitatem media texts are beneficial or lucrative texts made by an addresser in interest of or by mass media on request of addresser, the goal of which is to manipulate an addressee to get some personal benefit; they include PR publications, commercials and political ads. The important features revealing the nature of the text include evaluation of its key signs (double-sided material and units of different semiotic nature representing the key meaning of the text). Based on corporate media, which are usually sponsored, optimized and selected, we show the specific features of Ad utilitatem media texts. The paper “Ekaterinburg State Academic Opera and Ballet Theatre” is studied. The aim of the news-paper is to create a favorable image of the theatre. The main features of the paper from the stylistic point of view include: genres (the most frequent are notes accompanied by color pictures, short reviews, interviews with actors, photos and reviews of tours); narrow topics concerning profession; posh style of publications; many terms and evaluative words.*

KEYWORDS: *discursive practice; key sign; media text; media discourse; corporate media; media; mass media.*

ABOUT THE AUTHOR: *Bulatova Elina Valerievna, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of Department of Journalism, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Bakhtin M. M. Literaturno-kriticheskie stat'i. — M. : Khudozh. lit., 1986. 543 s.
2. Bol'shoy slovar' inostrannykh slov. — M. : Izd-vo Tsentropoligraf : Polyus, 2002. 816 s.
3. Bulatova E. V. Praktika vydeleniya klyuchevykh znakov zhurnalistskogo teksta // Izv. Ural. feder. un-ta. Ser. 1, Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury. 2013a. № 3 (116). S. 10—17.
4. Bulatova E. V. Sotsial'nye funktsii mediatekstov raznykh tipov // Zhurnalistska v 2012 godu: sotsial'naya missiya i professiya : sb. materialov mezhdunar. nauch.-prakt. konf. — M. : Fakul'tet zhurnalistski MGU im. M. V. Lomonosova, 2013b. S. 316—317.
5. Krasnykh V. V. «Svoy» sredi «chuzhikh»: mif ili real'nost'? — M. : ITD GK «Gnozis», 2003. 375 s.
6. Krivonosov A. D. PR-tekst v sisteme publichnykh kommunikatsiy. — SPb. : Peterburgskoe vostokovedenie, 2002. 288 s.
7. Kubryakova E. S. Yazyk i znaniye: na puti polucheniya znaniy o yazyke: chasti rechi s kognitivnoy tochkoy zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira / Ros. akad. nauk. In-t yazykoznaneya. — M. : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2004. 560 s.
8. Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar'. — M. : Sov. entsiklopediya, 1990. 685 s.

6. Krivonosov A. D. PR-tekst v sisteme publichnykh kommunikatsiy. — SPb. : Peterburgskoe vostokovedenie, 2002. 288 s.
7. Kubryakova E. S. Yazyk i znaniye: na puti polucheniya znaniy o yazyke: chasti rechi s kognitivnoy tochkoy zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira / Ros. akad. nauk. In-t yazykoznaneya. — M. : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2004. 560 s.
8. Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar'. — M. : Sov. entsiklopediya, 1990. 685 s.
9. Lyashevskaya O. N., Sharov S. A. Chastotnyy slovar' sovremennoy russkoy yazyka (na materialakh Natsional'nogo korpusa russkoy yazyka). — M. : Azbukovnik, 2009. 1087 s. URL: <http://dict.ruslang.ru/> (data obrashcheniya: 15.05.17.).
10. Maydanova L. M. Praktikum po sovremennomu russkomu literaturnomu yazyku. — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2007. 528 s.
11. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Tolkovyy slovar' russkoy yazyka. — M. : OOO «ITI Tekhnologii», 2003. 944 s.
12. Russkiy yazyk : entsikl. — M. : Sov. entsikl., 1979. 432 s.
13. Slovar' russkoy yazyka. V 4 t. T. 1. A — Y. — M. : Russkiy yazyk, 1981. 698 s.
14. Slovar' russkoy yazyka. V 4 t. T. 2. K — O. — M. : Russkiy yazyk, 1983. 736 s.
15. Slovar' russkoy yazyka. V 4 t. T. 3. P — R. — M. : Russkiy yazyk, 1983. 752 s.
16. Slovo i klyuchevye smysly v sovremennykh mediatekstakh / L. M. Maydanova [i dr.] ; Ural. gos. un-t, fak. zhurnalistski ; red.-sost. L. M. Maydanova. — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2004. 231 s.
17. Sotsiologicheskiy slovar'. URL: <http://enc-dic.com/sociology/Diskursivnye-Praktiki-1989.html> (data obrashcheniya: 25.06.2016).

9. Lyashevskaya O. N., Sharov S. A. Chastotnyy slovar' sovremennoy russkoy yazyka (na materialakh Natsional'nogo korpusa russkoy yazyka). — M. : Azbukovnik, 2009. 1087 s. URL: <http://dict.ruslang.ru/> (data obrashcheniya: 15.05.17.).
10. Maydanova L. M. Praktikum po sovremennomu russkomu literaturnomu yazyku. — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2007. 528 s.
11. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Tolkovyy slovar' russkoy yazyka. — M. : OOO «ITI Tekhnologii», 2003. 944 s.
12. Russkiy yazyk : entsikl. — M. : Sov. entsikl., 1979. 432 s.
13. Slovar' russkoy yazyka. V 4 t. T. 1. A — Y. — M. : Russkiy yazyk, 1981. 698 s.
14. Slovar' russkoy yazyka. V 4 t. T. 2. K — O. — M. : Russkiy yazyk, 1983. 736 s.
15. Slovar' russkoy yazyka. V 4 t. T. 3. P — R. — M. : Russkiy yazyk, 1983. 752 s.
16. Slovo i klyuchevye smysly v sovremennykh mediatekstakh / L. M. Maydanova [i dr.] ; Ural. gos. un-t, fak. zhurnalistski ; red.-sost. L. M. Maydanova. — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2004. 231 s.
17. Sotsiologicheskiy slovar'. URL: <http://enc-dic.com/sociology/Diskursivnye-Praktiki-1989.html> (data obrashcheniya: 25.06.2016).