



Научно-исследовательский журнал «*Modern Humanities Success / Успехи гуманитарных наук*»
<https://mhs-journal.ru>

2025, № 2 / 2025, Iss. 2 <https://mhs-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-

сопоставительная лингвистика (филологические науки)

УДК 81.119

Иноязычные лексемы в медиатекстах как средство создания образа региона

¹*Исаева М.Г.,¹ Моисеенко А.В.,*

¹*Череповецкий государственный университет*

Аннотация: медиатексты способствуют созданию медиаобраза региона. В статье анализируются медиатексты глянцевых изданий Вологодской области в рамках контактной лингвистики и лингвоэкологии. Содержание региональных медиатекстов определяется географическими, административными, экономическими, социальными, историческими, этническими и культурными факторами. Одной из лингвистических особенностей данных медиатекстов является включение иноязычных лексем – кодовых переключений и заимствований – в заголовки, подзаголовки и первые абзацы статей. Ключевыми методами настоящего исследования являются методы семасиологического, компонентного и корреляционного видов анализа. Выявлено, что иноязычные единицы в региональных медиатекстах используются умеренно, сопровождаются переводными эквивалентами, пояснениями, дефинициями или синонимическими заменами. Тематика статей, лингвистический ландшафт региона, отраженный в медиатекстах, а также тенденция к экологичному использованию иноязычных единиц (единообразие графического оформления иноязычных единиц, наличие пояснения их значения, умеренная частотность) указывают на такую составляющую медиаобраза Вологодского региона, как ориентированность людей на инновации, особенно в профессиональной деятельности, бизнесе, образе жизни (спорт, мода и стиль, индустрия красоты).

Ключевые слова: кодовое переключение, заимствование, медиатекст, региональный медиатекст, медиаобраз

Для цитирования: Исаева М.Г., Моисеенко А.В. Иноязычные лексемы в медиатекстах как средство создания образа региона // *Modern Humanities Success*. 2025. № 2. С. 70 – 74.

Поступила в редакцию: 18 ноября 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 17 января 2025 г.; Принята к публикации: 9 марта 2025 г.

Foreign lexemes in the texts of mass media as a means of creating the region's image

¹*Isayeva M.G.,¹ Moiseenko A.V.,*

¹*Cherepovets State University*

Abstract: mass media texts tend to create the media image of the region. In the article one analyses the mass media texts of the glossy magazines of Vologda region within contact linguistics and linguistic ecology. The content of regional media texts is determined by geographical, administrative, economic, social, historical, ethnic and cultural factors. One of the typical linguistic features of these media texts is implementation of foreign lexical units – code-switches and borrowings into headlines, subheadings and the first paragraph of the article. The methods of semasiological, componential and correlation types of analysis form the methodological basis of the research. The authors emphasize that foreign lexical units in regional media texts are not used often; they are usually accompanied by translation equivalents, definitions and synonyms. The topics of articles, the linguistic landscape of the region, reflected in the mass media texts, and the tendency to the ecological use of foreign units (uniformity of graphics, the explanation of their meaning, moderate frequency) point out that the component of the Vologda region mass media image may be the people's focus on innovations, in particular, in the professional field, business, lifestyle (sport, fashion and style, beauty industry).

Keywords: code-switch, borrowing, mass media text, regional mass media text, mass media image

For citation: Isayeva M.G., Moiseenko A.V. Foreign lexemes in the texts of mass media as a means of creating the region's image. *Modern Humanities Success*. 2025. 2. P. 70 – 74.

The article was submitted: November 18, 2024; Approved after reviewing: January 17, 2025; Accepted for publication: March 9, 2025.

Введение

Для современных газетных и журнальных изданий Вологодской области характерно использование иноязычных единиц – от единичных лексем до словосочетаний и даже предложений, передаваемых при помощи латиницы и кириллицы. Как показали предыдущие исследования, иноязычные единицы в медиатекстах Вологодской области служат для передачи информации и для воздействия на читателя, в том числе они выступают в качестве дополнительного стилистического ресурса, входят в состав синонимических рядов и, в большинстве случаев, не нарушают экологию медиатекста [4]. В настоящее время под медиатектом, с одной стороны, понимается «устойчивая система, для которой свойственны особенности производства, канала передачи и лингвоформативные признаки», а с другой стороны, «продукт коммуникационной культуры, являющейся единицей коммуникации», при этом любой медиатект призван установить контакт с аудиторией, организовать коммуникацию с потенциальным читателем, в основе которой находится эмоциональное взаимодействие [1]. В свою очередь региональный медиатект формируется под влиянием географического положения, административного статуса, экономической ситуации, исторических, этнических характеристик и выводит на первый план значимые для региона культурные концепты [2].

В качестве гипотезы выдвигается предположение о том, что иноязычные лексемы могут выступать в медиатексте в качестве одного из средств препрезентации образа Вологодского региона, а именно некоторых его компонентов.

Цель исследования – выделить особенности функционирования иноязычных лексем в структуре русскоязычных журнальных медиатектов – далее раскрывается в следующих задачах: 1) сформировать перечень иноязычных лексем, встречающихся в статьях и заметках русскоязычных глянцевых журналов; 2) зафиксировать ключевые темы, вокруг которых возрастает использование таких единиц; 3) выделить часть статьи или заметки, в которой чаще всего встречаются иноязычные единицы; 4) описать способ представления значения такого слова или словосочетания.

Материалы и методы исследований

Материал исследования – печатные глянцевые издания Вологодской области «Life Style», «Ран-

деву», «Глянец», «Fresh Time», «Fame» за 2018–2024 гг. (общее количество – 20 журналов). Объект исследования – тексты статей и заголовков с включением иноязычных единиц. Предмет исследования – компоненты образа Вологодского региона, представленные в медиатексте при помощи иноязычных единиц.

Исследование основывается на комплексной методологии, когда каждой задаче соответствует определенный метод. Ключевыми являются методы семасиологического и компонентного видов анализа для уточнения значения и отнесения иноязычной лексемы к определенной тематике; метод корреляций – для соотнесения иноязычного вкрапления с определенной частью статьи или заметки (заголовок, подзаголовок, вступление, зачин, основная часть текста, заключение); описательный анализ – для уточнения способа семантизации иноязычной лексемы.

Результаты и обсуждения

В фокусе настоящего исследования находятся два типа иноязычных единиц – кодовые переключения и заимствования, являющиеся предметом изучения контактной лингвистики. Кодовые переключения (далее – КП) – единицы гостевого языка, которые могут быть представлены отдельным словом, словосочетанием, предложением или группой предложений в высказывании на матричном языке. Следует отметить, что данные единицы могут реализовывать ряд прагматических функций, добавлять стилистическую окраску в художественные и массмедиийные тексты [3], соотноситься с определенной тематикой [6], основываясь на общности ведущего денотативного компонента в значении.

Заимствование – это, с одной стороны, процесс перемещения слова из одного языка в другой, а с другой стороны – это конкретная единица (слово, оборот, морфема, фонема), перенесенная из одного языка в другой в результате языковых контактов. В процессе заимствования такие единицы подвергаются графической, фонетической, грамматической ассимиляции, употребляются в определенной языковой подсистеме, а их иноязычное происхождение, как правило, не ощущается носителями языка [5].

Рассматриваемое исследование осуществляется в рамках эколингвистического подхода к анализу функций иноязычных единиц в медиатексте.

Внутренняя структура эколингвистики на данном этапе развития является достаточно разветвленной и включает такие направления, как философское [8], биологическое [10], культурологическое [9], социологическое, лингводидактическое, основанное на тесном взаимодействии технологичной среды, которая мотивирует на совершение лингвистических действий и способствует осознанному вовлечению в изучение родного и иностранных языков [11], наконец, ортологическое. Последнее представляет собой исследование вопросов речевой деградации и злоупотребления иноязычными лексемами, в частности кодовыми переключениями. В русле этого направления также вырабатываются критерии экологичного применения для заимствованных слов [7, С. 102-103], ряд из которых, по нашему мнению, можно отнести и к рекомендациям по использованию кодовых переключений, а именно: необходимость заполнения предметно-семантической лакуны, стилистическая оправданность, эстетичность, высокая частотность употребления. Добавим, что кодовые переключения, входя в состав русскоязычных синонимических рядов, способствуют обогащению лексического состава языка, расширяют арсенал тех языковых единиц, которые использует говорящий для передачи информации, наделяют то или иное наименование новыми семантическими компонентами, коннотациями и прагматическими оттенками.

Использование иноязычных единиц (КП и заимствований) в глянцевых журналах Вологодской области позволяет сделать следующие выводы относительно медиаобраза Вологодского региона:

I. Тематика анализируемых медиатекстов указывает на такой компонент медиаобраза Вологодского региона, как ориентированность людей на инновации, особенно в профессиональной деятельности, в бизнесе, образе жизни (спорт, мода, стиль, индустрия красоты). Данная характеристика находит отражение в статьях, где читателей знакомят с новыми профессиями (или рассказывают о популярной профессиональной деятельности) и современными тенденциями в сфере красоты, стиля и моды. Например:

1) «Работая в продажах, я использую small talk, считаю это важным для установления контакта и начала беседы на встречах и переговорах, этому научилась, работая медицинским представителем» (журнал «Fame»). КП на английский язык small talk («светская беседа») используется в статье на тему «рассказ о своей профессиональной деятельности известных людей нашего региона». 2) «CRM (от англ. Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами) –

это специальные компьютерные программы, которые помогают выстроить траекторию управления бизнесом» (журнал «Fame»). КП на английский язык фигурирует в статье на тему «профессиональная сфера деятельности». 3) В следующем примере иноязычные единицы используются для знакомства читателя с новыми тенденциями в макияже: «Под стробингом понимается высветление отдельных областей лица с помощью хайлайтеров и кремов-флюидов» (журнал «Глянец»). 4) «Добавим, голбол – спорт слепых. Это спортивная игра, в которой команда из трех человек должна забросить мяч со встроенным колокольчиком в ворота соперника» (журнал «Рандеву»). Данная статья посвящена новым видам инклузивного спорта, «голбол» здесь является заимствованием.

II. Использование в лингвистическом ландшафте КП в качестве иноязычных эргонимов, т.е. слов и словосочетаний, конструирующих номинацию и являющихся мотивированными единицами, также связано с ориентированностью людей Вологодской области на инновации в конкретной сфере, а именно в бизнесе. В текстах журнальных статей и заголовках отражены названия организаций, которые в своих вывесках соответственно используют иноязычные эргонимы с целью привлечения внимания к своему делу. 1) Названия самих анализируемых журналов (Life Style, Fame, Fresh Time) выступают в качестве иноязычных эргонимов и являются элементами лингвистического ландшафта г. Вологды и г. Череповца, так как распространяются в кафе, ресторанах, студиях красоты, медицинских центрах, аэропорту и т.д. 2) В следующем примере можно выделить иноязычный эргоним – Hair Studio: «Сложно найти таких непохожих друг на друга сестер, как руководитель Hair Studio Татьяна Макарова и визажист-лешмейкер Елена Дорожко» (журнал «Fresh Time»).

III. Тенденция к единообразию в графическом оформлении иноязычных единиц, наличие пояснения их значений в журнальных статьях и заголовках, умеренная частотность заимствований и КП в исследуемом материале свидетельствуют о стремлении к экологичному использованию иностранных слов в анализируемых медиатекстах. В основном заимствования и КП передаются в медиатексте при помощи кириллицы для удобства чтения аудиторией. Для пояснения значения иноязычной единицы используются различные стратегии – дефиниция, контекстуальные синонимы, непосредственно перевод на русский язык. Например, для пояснения значения КП «арт-клластер» в медиатексте фигурируют синонимичные выражения «культурный центр, креативное пространство, культурное пространство», а КП

«winery» поясняется при помощи перевода («винный») и контекстуального синонима («бордовый») (журнал «LifeStyle»). В среднем, на каждые 2 страницы анализируемых журнальных материалов приходится одна иноязычная единица (кодовое переключение или заимствование), что говорит об умеренной частотности КП и заимствований в медиатексте. Тенденция экологичного использования иноязычных единиц в медиатекстах глянцевых журналов Вологодской области может свидетельствовать на лингвистическом уровне о двух противоположных процессах в региональном обществе – стремлении к освоению новой информации и сохранению (развитию) уже приобретенных навыков и знаний.

Выводы

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы:

1. Иноязычные единицы (КП и заимствования) в медиатекстах современных глянцевых журналов Вологодской области способствуют созданию ме-

диаобраза развивающегося региона, нацеленного на инновации в профессиональной и повседневной жизни, а также привлекающий внимание и запоминающийся лингвистический ландшафт.

2. Тематика медиатекстов с иноязычным включением отражает отдельные тенденции развития региона (освоение новых профессий, видов спорта, услуг в сфере стиля и красоты).

3. Иноязычные лексемы входят в состав заголовков, подзаголовков и первых абзацев статей, они могут фиксироваться в изображении, включенном в медиатекст. При этом значение иноязычных единиц понятно читателю благодаря наличию в медиатексте дефиниции данной иноязычной лексемы или синонимической замены.

Перспективами дальнейших исследований КП и заимствований в медиатекстах Вологодской области является привлечение для анализа газетного и журнального материала, освещавшего более широкий спектр тем из жизни Вологодского региона.

Список источников

1. Баребина Н.С., Глызина В. Е., Пашаева И. В., Бережных Н. Ю. Медиатекст как объект эколингвистики // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 2 (38). URL: <https://rulb.org/archive/2-38-2023-february/10.18454/RULB.2023.38.13> (дата обращения: 05.10.2024). DOI: 10.18454/RULB.2023.38.13
2. Зайцев Е.Р. Региональный медиатекст: к постановке вопроса // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. 2022. Т. 8 (74). № 2. С. 156 – 163.
3. Исаева М.Г. Кодовые переключения в СМИ. Монография. Череповец: ФГБОУ ВПО "Череповецкий государственный университет", 2012. 162 с.
4. Исаева М.Г., Моисеенко А.В. Прагматические функции кодовых переключений в массмедиийных текстах: эколингвистический подход // Верхневолжский филологический вестник. 2019. № 2. С. 150 – 155.
5. Ишкильдина Л.К. Заимствования и кодовые переключения в башкирском языке (на примере караидельского говора). Oriental Studies. 2023. № 16 (4). С. 971 – 982. <https://doi.org/10.22162/2619-0990-2023-68-4-971-982>
6. Чиршева Г.Н., Беляевская А.А. Кодовые переключения студентов-лингвистов в структурном, семантическом и прагматическом аспектах (лонгитюдный подход) // Вестник Череповецкого государственного университета. 2024. № 2 (119). С. 108 – 120. <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2024-2-119-8>
7. Экология русского языка. Словарь лингвоэкологических терминов: автор-составитель: д.филол.н. А.П. Сквородников. Москва: Флинта: Наука, 2017. 384 с.
8. Bellewes E. Commodification as sustainability: An ecolinguistic study of Swedish wildlife management discourse // Language and ecology. 2023. URL: https://www.ecoling.net/_files/ugd/ae088a_24e7bbe81f2c4dba84a84f6584bf01ef.pdf (дата обращения: 27.10.2024)
9. Frank F. Language, connections and the climate crisis // Language and ecology. 2023. URL: https://www.ecoling.net/_files/ugd/ae088a_f93f618e1da4b648668efdd07766137.pdf (дата обращения: 27.10.2024)
10. Penz H., Fill A. Ecolinguistics: History, today, and tomorrow // Journal of World Languages. 2022. № 8 (2). P. 232 – 253. <https://doi.org/10.1515/jwl-2022-0008>
11. Zheng D., Cowley S.J., Nuesser M. The new ecolinguistics: Learning as languaging with digital technologies // Frontiers of Digital Education. 2024. № 1. P. 109 – 119. <https://doi.org/10.1007/s44366-024-0026-7>

References

1. Barebina N.S., Glyzina V.E., Pashaeva I.V., Berezhnykh N.Yu. Media text as an object of ecolinguistics. Russian Linguistic Bulletin. 2023. No. 2 (38). URL: <https://rulb.org/archive/2-38-2023-february/10.18454/RULB.2023.38.13> (accessed: 05.10.2024). DOI: 10.18454/RULB.2023.38.13
2. Zaitsev E.R. Regional media text: towards posing the question. Scientific notes of the Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky. Philological sciences. Scientific journal. 2022. Vol. 8 (74). № 2. P. 156 – 163.
3. Isaeva M.G. Code switching in the media. Monograph. Cherepovets: FGBOU HPE "Cherepovets State University", 2012. 162 p.
4. Isaeva M.G., Moiseenko A.V. Pragmatic functions of code switching in mass media texts: an ecolinguistic approach. Upper Volga Philological Bulletin. 2019. № 2. P. 150 – 155.
5. Ishkildina L.K. Borrowings and code switching in the Bashkir language (on the example of the Karaidel dialect). Oriental Studies. 2023. № 16 (4). P. 971 – 982. <https://doi.org/10.22162/2619-0990-2023-68-4-971-982>
6. Chirsheva G.N., Belyaevskaya A.A. Code switching of linguistic students in structural, semantic and pragmatic aspects (longitudinal approach). Bulletin of Cherepovets State University. 2024. No. 2 (119). P. 108 – 120. <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2024-2-119-8>
7. Ecology of the Russian language. Dictionary of linguoecological terms: author-compiler: Doctor of Philological Sciences A.P. Skvorodnikov. Moscow: Flinta: Nauka, 2017. 384 p.
8. Bellewes E. Commodification as sustainability: An ecolinguistic study of Swedish wildlife management discourse. Language and ecology. 2023. URL: https://www.ecoling.net/_files/ugd/ae088a_24e7bbe81f2c4dba84a84f6584bf01ef.pdf (access date: 10/27/2024)
9. Frank F. Language, connections and the climate crisis. Language and ecology. 2023. URL: https://www.ecoling.net/_files/ugd/ae088a_f93f618e1da4b648668efdd07766137.pdf (access date: 10/27/2024)
10. Penz H., Fill A. Ecolinguistics: History, today, and tomorrow. Journal of World Languages. 2022. No. 8 (2). P. 232 – 253. <https://doi.org/10.1515/jwl-2022-0008>
11. Zheng D., Cowley S.J., Nuesser M. The new ecolinguistics: Learning as languaging with digital technologies. Frontiers of Digital Education. 2024. No. 1. P. 109 – 119. <https://doi.org/10.1007/s44366-024-0026-7>

Информация об авторах

Исаева М.Г., кандидат филологических наук, доцент, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0465-9788>, Череповецкий государственный университет, 162602, Советский, 8, ауд. 605, mashasuprugina@yandex.ru

Моисеенко А.В., кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой германской филологии и межкультурной коммуникации, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9809-8899>, Череповецкий государственный университет, 162602, Советский, 8, ауд. 605, anna.moiseenko@mail.ru

© Исаева М.Г., Моисеенко А.В., 2025