

## Экзотизмы на страницах журнала GEO

Научный руководитель – Прокофьева Наталья Анатольевна

*Знаменская Анна Алексеевна*

*Студент (бакалавр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: znamenskaya.anka@yandex.ru*

Актуальность исследования обусловлена тенденциями, которые сегодня можно наблюдать в развитии русского языка в целом и языка массмедиа в частности, а именно активными процессами заимствования иноязычной лексики и их полифункциональным использованием в медиатекстах. Эмпирическим материалом работы послужили экзотизмы, обнаруженные в публикациях журнала GEO. Методом исследования стал лингвостилистический анализ при сплошной выборке текстов из семи номеров издания.

GEO - научно-популярный журнал. Так как одна из основных целей издания - расширение представления читателей о жизни в других государствах, у его авторов возникает необходимость создания национального колорита той или иной страны. Таким образом, тематика журнала связана с понятием трэвел-журналистики. Как замечает Т. Ю. Редькина, «журналист создает образ страны так, чтобы адресат своими глазами захотел увидеть то, о чем так живо и увлекательно, без неинтересных обывателю научных подробностей поведал журналист» [1]. Эта задача может быть решена с помощью визуального материала, иллюстраций и фотографий, показывающих реалии какой-либо культуры. Однако в журналистских текстах выполнению данной установки во многом способствует экзотическая лексика, обращение к которой становится неизбежным на страницах издания.

Анализ особенностей функционирования экзотизмов в журнале GEO позволяет выделить пять групп экзотизмов по тематическому признаку: слова, называющие

1. различного рода традиционные элементы жизни какого-либо народа;

Использование таких слов наиболее актуально для текстов о странах и городах с богатой историей и культурой, таких как Вьетнам (4 (здесь и далее в скобках приведено количество экзотизмов, обнаруженных в публикации - *прим.* А. З.)) и Венеция (7), и о слаборазвитых государствах, как Гамбия (5), в повседневной бытовой жизни которой до сих пор используются изобретения далеких предков. При описании стран, чьим достоянием считаются природные ресурсы, разнообразный животный и растительный мир, как Коста-Рика (0), журналист может не обращаться к словам, обозначающим традиции.

2. исторические реалии (способы обращения, профессии, денежные единицы и т.п.), и слова, относящиеся к историзмам;

Экзотизмы этой группы наиболее употребительны в текстах исторического характера и чаще всего относятся к политической сфере. Это объясняется тематикой материалов в рубрике «История», где нередко рассматриваются неоднозначные международные конфликты и другие важные события. Встречается немало экзотизмов, характеризующих и военную сторону развития государств. Кроме того, журналисты упоминают номинации существовавших ранее денежных единиц. Выбор автора в пользу тех или иных экзотизмов и историзмов обусловлен характером описываемой ситуации и путями выхода из нее, однако непосредственно не говорит об особенностях жизни и культуры какой-либо страны в настоящий момент.

3. блюда национальной кухни;

В конце главного материала номера, в котором происходит общее описание жизни в той или иной стране или городе, как правило, следует краткая справка для будущих туристов.

В ней собрана самая необходимая информация для путешествия в данное государство и приведен рецепт одного из национальных блюд. Таким образом реализуется развлекательная функция журналистики. Кроме того, экзотизмы подобного рода наиболее часто появляются в текстах, в которых ведется рассказ о странах со всемирно известной кухней, таких как Италия и Южная Корея.

4. племена и народы, проживающие на определенной территории, и их языки;

Такие слова встречаются в материалах рубрики «История» и в кратких исторических справках, даваемых журналистами перед переходом к репортажному повествованию. Обилие экзотизмов подобного рода указывает на широту культурных связей или же говорит о способе возникновения государства, предполагающем объединение множества племен и народов в одно целое.

5. явления и представителей природного мира той или иной страны.

Подобные экзотизмы наиболее характерны для материалов о странах, известных в первую очередь уникальным разнообразием видов растений и животных. К числу таких можно отнести Коста-Рику, в репортаже о которой найдено множество слов, именующих редкие или эндемичные живые организмы. В качестве наименования природного явления способно выступать и иноязычное вкрапление, имеющее русскоязычный аналог, однако используемое больше для создания иронического эффекта. Подход к отбору слов такой тематики может служить показателем политики издания, сосредоточенности его внимания на жизни людей на той или иной территории, а не на климатических особенностях, небольшого числа столь экзотических мест на планете и распространенности многих природных явлений на Земле.

Таким образом, в проанализированных выпусках журнала GEO представлено значительное число экзотизмов, с помощью которых журналистами достигается цель создания в сознании читателя образа той или иной местности. Обилие таких слов позволяет выделить особенности их использования в издании и прийти к следующим выводам:

1. наблюдается разнонаправленная тематика экзотизмов, что говорит о стремлении авторов сформировать впечатление аудитории о множестве аспектов жизни каких-либо народов и дать ей знания из разных областей;

2. использование тех или иных экзотизмов зависит от культуры страны, оно отражает наиболее существенные стороны ее жизни и истории;

3. активное употребление экзотизмов указывает на высокую степень погружения журналиста в культуру страны, о которой он ведет рассказ, на его неповерхностный, основательный подход к описанию действительности, в которой он оказался, выполняя редакционное задание.

### Источники и литература

- 1) Редькина Т.Ю. Трэвел-медиа-текст: способы и приемы речепорождения. СПб., 2013. 74 с.