

## Прагматика употребления экзотизмов в трэвел-изданиях: сопоставительный аспект

Научный руководитель – Щеглова Екатерина Александровна

*Знаменская Анна Алексеевна*

*Студент (бакалавр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

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

Актуальность исследования обусловлена активными процессами заимствования иноязычной лексики и их полифункциональным использованием в медиатекстах. Эмпирическим материалом работы послужили экзотизмы, обнаруженные в журналах «Вокруг света» (далее - ВС - *прим. А.З.*), National Geographic Traveler (далее - NGT - *прим. А.З.*) и GEO. Методом исследования стал лингвостилистический анализ при сплошной выборке текстов из пяти номеров каждого издания.

Экзотизмы - 'слова, которые характеризуют специфические особенности жизни разных народов и употребляются при описании нерусской действительности, слова-маркеры' (Габдреева, 2013, с. 250). Они используются при необходимости описания обрядов, быта, домашней утвари, обычаев, одежды и т. п. того или иного народа [2].

В результате анализа экзотической лексики было выделено восемь групп таких слов по тематическому признаку.

### **1. Национальные блюда и напитки**

В GEO подобные экзотизмы выполняют познавательную и развлекательную функцию, но также могут использоваться в рекламных целях, когда автор стремится вызвать у читателя приятные ассоциации, связанные с едой, или указывает названия конкретных заведений, где ее можно попробовать.

В ВС и NGT такие слова привлекаются для развлечения аудитории. В ВС данные экзотизмы востребованы и как элементы просвещения и контактоустановления, актуализируя фоновые знания адресата. В NGT названия блюд включаются в тексты, которые призваны помочь туристу советами, касающимися знакомства с зарубежной кухней, то есть реализуют консультативную функцию, а также воплощают рекламную установку.

### **2. Исторические понятия**

Наибольшее число таких экзотизмов обнаружено в GEO и ВС, в NGT они встречаются редко. Эти экзотизмы способствуют просвещению читателей и в некоторых случаях играют контактоустанавливающую роль.

### **3. Названия народов, племен и языков**

Главной функцией лексики этого разряда также является познавательная. В ВС она также может быть использована при сообщении фактов о каком-либо народе и таким образом участвовать в выполнении рекреационной задачи.

### **4. Природный мир**

Такая экзотическая лексика в первую очередь обогащает знания адресата. Когда журналист обращает внимание на необычные свойства объекта природы, подобные слова становятся одним из средств реализации развлекательной функции.

Кроме того, слова этой группы устанавливают контакт между автором и читателем, когда первый, не поясняя экзотическое слово, дает второму почувствовать принадлежность к ограниченной аудитории, чей уровень знаний не требует подобных пояснений.

В NGT с помощью названий, отражающих особенности природы страны, рассказывается и о местах, где можно увидеть нечто удивительное. Здесь идет речь о рекламной функции.

## **5. Национальная одежда и предметы быта**

В GEO и NGT слова данной категории применяются для расширения кругозора адресата. Кроме познавательной, для таких экзотизмов актуальна и развлекательная функция, особенно выраженная в ВС, тексты которого насыщены любопытными сведениями о повседневной жизни в других государствах. В GEO также эти экзотизмы востребованы для повышения взаимодействия автора и читателя, а в NGT - для указания на места, где в той или иной стране можно приобрести предметы национальной одежды и быта (рекламная функция).

## **6. Национальные традиции, праздники, развлечения, виды национального искусства, религиозные понятия**

В GEO экзотизмы такого рода имеют ярко выраженную просветительскую направленность, но вместе с тем активно употребляются, когда аудитории сообщаются занимательные факты о досуге представителей той или иной национальности. То же самое можно сказать и о ВС, в котором данная функция превалирует над познавательной. В NGT посредством лексики этой группы перечисленные установки реализуются в равной степени. Помимо них, в ВС появление в тексте таких лексических единиц обусловлено консультативной функцией, когда автор дает советы о соблюдении каких-либо норм за границей. В NGT экзотизмы этой категории помогают журналисту рассказать о различных мероприятиях и служат инструментом осуществления рекламной функции.

## **7. Элементы городского пространства**

В GEO и ВС на данные экзотизмы возлагается рекреационная установка, так как они включаются в описания стран, в которых городская жизнь организована непривычным для читателя образом, и в репортажи о каких-либо событиях.

В ВС подобной лексикой не менее широко выполняется консультативная функция. В NGT она является преобладающей. Кроме того, слова, обозначающие элементы городской инфраструктуры, используются и в рекламных целях, когда упоминаются для указания на конкретное заведение. С помощью этой группы отчасти решаются и просветительские задачи во всех изданиях.

## **8. Элементы политической и социальной системы того или иного государства, местная валюта, титулы, должности, профессии, способы обращения и т. п.**

Давая в первую очередь основные знания о государстве и реализуя тем самым просветительскую функцию во всех журналах, в GEO и ВС данные языковые единицы также служат и развлекательной, когда именуют необычные для читателя местные профессии, о которых рассказывает редакция, или вводятся в текст при повествовании о радикальных различиях в государственном устройстве. В NGT же экзотизмы этой категории играют значимую роль в осуществлении консультативной установки. Она, как правило, предполагает здесь рекомендации, связанные с обменом валюты и способами обращения к представителям местного населения.

Таким образом, значительное число экзотизмов в изданиях позволяет выделить особенности их функционирования в трэвел-изданиях:

1. с помощью употребления экзотизмов той или иной группы эксплицируется функция трэвел-медиатекста;

2. экзотизмы способствуют реализации таких функций трэвел-медиатекста, как просветительская, развлекательная, консультативная, рекламная, контактоустанавливающая;

3. в связи с разным подходом изданий к употреблению экзотизмов можно говорить об установках журналов:

- в ВС использование экзотизмов направлено на просвещение, развлечение аудитории и контактоустановление с ней;

- в NGT такие слова выполняют познавательную и рекреационную роль, но во многом воплощают консультативную функцию и имеют выраженные рекламные цели;
- в GEO на включаемые в текст экзотизмы возлагаются в основном просветительские задачи.

### **Источники и литература**

- 1) Габдреева Н.В. Иноязычная лексика в русском языке новейшего периода. М., 2013.
- 2) Крысин Л.П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. М., 2004.