

УДК 811.161.1

**Сафарли Лейла Шамиль гызы**  
доктор философии по филологии,  
преподаватель  
Бакинский славянский университет  
г. Баку, Азербайджан

**Leyla Shamil Safarli**  
PhD in Philology, Lecturer  
Baku Slavic University  
Baku, Azerbaijan  
*leylasafarli@mail.ru*

## ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ МЕДИАТЕКСТА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ И АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье рассматриваются теоретические основания и аналитические перспективы нового научного направления – лингвокультурологии медиатекста, сформировавшегося на стыке лингвистики, культурологии и медиакоммуникации. Обосновывается необходимость изучения медиатекста как особого лингвокультурного феномена, обладающего высокой семиотической и социокультурной значимостью. Раскрываются ключевые понятия и методологические подходы лингвокультурологического анализа медиаречи, включая концептуальный, сопоставительный и филологический методы. Отдельное внимание уделяется роли медиатекстов в трансляции культурных кодов, формировании языковой личности и репрезентации ценностных ориентиров общества. Подчеркивается значимость изучения неологизмов, прецедентных феноменов и культуроспецифической лексики как индикаторов социокультурных процессов. В статье анализируются идеи В. А. Богородицкого о социокультурной природе языка и ассоциативной основе значения слова, которые актуализируются в рамках современного медиaprостранства. Делается вывод о необходимости комплексного подхода к исследованию медиатекста как средства отражения и конструирования современной языковой и культурной картины мира.

*Ключевые слова:* лингвокультурология; медиатекст; массовая коммуникация; культурнозначимая информация; языковая личность; культуроспецифическая лексика.

## LINGUOCULTUROLOGY OF MEDIA TEXT: THEORETICAL FOUNDATIONS AND ANALYTICAL PERSPECTIVES

The article explores the theoretical foundations and analytical prospects of the emerging interdisciplinary field – linguoculturology of media texts – which integrates linguistics, cultural studies, and media communication. The necessity of studying media texts as complex linguocultural phenomena with high semiotic and sociocultural relevance is substantiated. Key concepts and methodological approaches to the linguoculturological analysis of media discourse are outlined, including conceptual, comparative, and philological methods. Special attention is given to the role of media texts in transmitting cultural codes, shaping linguistic identity, and representing societal value orientations. The article emphasizes the importance of studying neologisms, precedent phenomena, and culturally specific vocabulary as indicators of sociocultural processes. The ideas of V. A. Bogoroditsky on the sociocultural nature of language and the associative basis of word meaning are analyzed in the context of modern media. The paper concludes by underscoring the need for a comprehensive approach to examining media texts as instruments for reflecting and constructing the contemporary linguistic and cultural worldview.

*Key words:* linguoculturology; media text; mass communication; culturally significant information; linguistic personality; culture-specific lexicon.

В начале XXI века лингвокультурология становится одной из ключевых областей современного языкознания, демонстрируя высокую исследовательскую активность и перспективность. Она не ограничивается лишь утверждением устойчивой связи между языком и культурой, а также стремится выявить и объяснить закономерности влияния социокультурных процессов на формирование языковой личности и развитие лингвистической культуры общества.

В современном научном дискурсе все большее внимание уделяется исследованию языковых особенностей средств массовой информации. Это связано с тем, что СМИ играют ключевую роль в формировании общественного мнения и мировоззренческих установок. Они прочно интегрированы в общественную и коммуникативную жизнь, активно взаимодействуют с различными сферами социума, включая литературу, и оказывают заметное влияние на развитие и функционирование литературного языка. При анализе языковых изменений под воздействием СМИ важно учитывать не только влияние цифровых технологий, но и более глубокие трансформации, происходящие в лингвокультурной среде. Как подчеркивает Т. Г. Добросклонская, речь идет прежде всего о качественных изменениях в языке, отражающих изменение всей системы культурной и речевой коммуникации [4, с. 11].

Термин «медиа́текст», широко используемый в современных научных исследованиях, охватывает широкий спектр текстов, принадлежащих различным медийным форматам и жанрам: от рекламных и PR-сообщений до журналистских материалов и интернет-контента. Современный медиа́текст представляет собой сложное лингвокультурное образование, находящееся на пересечении интересов таких гуманитарных дисциплин, как семиотика, философия, психология. Тем не менее, лингвокультурологический подход, по нашему мнению, продолжает занимать центральное место в изучении этого феномена, поскольку именно медиа́тексты активно участвуют в формировании языковой личности.

Следует отметить, что научным сообществом уже давно признано: язык современности активно обновляется именно через сферу средств массовой информации. При этом медиаречь, не имея тематических границ, включает в себя и культурные элементы. В этом контексте особенно важен взгляд на язык как на компонент культуры, способный не только фиксировать и накапливать культурно значимую информацию, но и активно влиять на трансформации культурного пространства. Такой подход открывает широкие возможности для анализа медиа́текстов. Как подчеркивает Т. Г. Добросклонская, «взгляд на язык как фактор культуры, обладающий способностью отражать, сохранять и накапливать культурозначимую информацию, а также влиять на динамику культурного контекста, имеет огромное значение для анализа текстов массовой информации» [4, с. 221].

В этой связи особую значимость приобретает культурологический подход к интерпретации текстов массовой коммуникации. Он позволяет не

только выявить культурно маркированные элементы, но и проследить как общие, так и уникальные черты национальных культур и глобальных культурных процессов.

В рамках развития современной гуманитарной мысли можно говорить о становлении нового научного направления – лингвокультурологии медиатекста. Объектом данной дисциплины выступает медиатекст как сложное коммуникативное явление, функционирующее в пространстве массовой информации и коммуникации. Предметом исследования становятся языковые особенности медиатекстов, через которые транслируются культурные коды и осуществляется влияние на развитие культурной парадигмы общества.

Подобно другим новым направлениям, лингвокультурология медиатекста стремится обрести теоретические основания, обращаясь к трудам выдающихся лингвистов. Среди них особое место занимает В. А. Богородицкий, чьи идеи о социокультурной природе языка, механизмах языковых изменений, психологических аспектах ассоциативного мышления и роли языка в обществе остаются актуальными и сегодня.

В своей фундаментальной работе «Лекции по общему языкознанию» В. А. Богородицкий детально обозначил основные векторы лингвистического исследования, рассматривая язык как динамическое, эволюционирующее явление. Особенно ценными для современных лингвокультурологических исследований медиатекста являются его идеи о связи языка с социокультурными процессами. Ученый справедливо указывал на неразрывную связь между развитием языка и прогрессом цивилизации: «...прогресс языка тесно связан с прогрессом цивилизации, так как появление у человека новых идей и понятий неизменно сопровождается появлением новых слов и выражений; таким образом, язык является как бы летописью пережитой культурной и социальной истории народа» [2, с. 7].

С этих позиций можно рассматривать феномен неологизации, особенно актуальный в контексте медиакommunikации. Медиатексты не только фиксируют, но и активно продуцируют неологизмы, многие из которых отражают социально-культурные трансформации. Возникновение новых слов в медиакommunikative пространстве тесно связано с активностью интернет-пользователей, в рамках концепции гражданской журналистики. Любой пользователь, публикующий сообщение в сети, сегодня может претендовать на роль автора новостного события или интерпретатора происходящего. При этом нередки случаи, когда такие «авторы» не обладают профессиональной языковой подготовкой, однако именно они становятся источниками новых словоформ. Так, в журналистскую и медийную лексику вошли неологизмы интернет-пользователей – например, «Луганда», «вата», «сетевые хомячки». Эти языковые новообразования не только иллюстрируют творческий потенциал массового пользователя, но и дают представление о культурных доминантах современного медиакommunikative пространства, среди которых нередко – агрессивность, поляризация взглядов и отказ от конструктивного диалога.

Одним из важнейших аспектов понимания природы медиатекста является учение В. А. Богородицкого о психологических основах языковой ассоциативности. Он подчеркивал, что значение слова формируется на основе комплекса ассоциаций, опирающихся на чувственные восприятия внешнего мира: «...само значение слова, как и звуковое его выражение, представляет собой сложный агрегат ассоциаций, складывающийся из множества элементарных ощущений» [2, с. 104].

Ассоциативность – ключевая характеристика медиатекста, обуславливающая его воздействующую силу. Медиатексты, как правило, кратковременны, но чрезвычайно насыщены прагматическим содержанием, направленным на формирование определенного поведения целевой аудитории. Именно поэтому в них столь востребованы культурные прецедентные феномены – устойчивые выражения, образы, метафоры, апеллирующие к общекультурной памяти и вызывающие у читателя/зрителя мгновенные ассоциации. Такие элементы выполняют роль культурных маркеров, актуализируют национальные и универсальные культурные стереотипы, способствуют осмыслению информации и формированию отношения к социальным реалиям.

Настоящее исследование, выполненное в русле лингвокультурологического подхода, акцентирует внимание на анализе языковой картины мира, отраженной в медиатекстах. На наш взгляд, именно СМИ становятся важнейшим инструментом формирования современной картины мира, поскольку они представляют разнообразие реальности в разных форматах – от печатных до цифровых.

В этом контексте уместно рассматривать взаимосвязь таких понятий, как «языковая картина мира», «публицистическая картина мира» и «информационная картина мира». Публицистическая картина мира формируется средствами языка, транслирует авторскую точку зрения, воздействует на читателя и одновременно влияет на нормы литературного языка. Информационная картина мира, в свою очередь, репрезентирует культурно-ценностные особенности мышления и восприятия, отражая менталитет и ценностные ориентиры той или иной нации.

Лингвокультурологический подход приобретает особую значимость в контексте анализа текстов массовой коммуникации, которые оказывают существенное влияние на развитие современного русского языка. В условиях информационного общества закономерным становится обращение к понятию лингвокультурологических процессов, отражающих динамику взаимодействия языка и культуры в медиапространстве.

Так, например, Т. Г. Добросклонская подчеркивает: "Лингвокультурология свидетельствует о становлении новой антропологической парадигмы в гуманитарной науке. Значение лингвокультурологического метода для анализа текстов массовой информации очевидно, поскольку весь корпус такой

речи является важнейшим компонентом со временной культуры. Медиа-тексты насыщены культурозначимой информацией, в них фиксируются и отражаются как общие, так и специфические особенности функционирования национальных языков и национальных культур. Именно поэтому выявление и описание культурозначимых компонентов медиаречи оказывается одной из важнейших исследовательских задач" [5, с. 45].

Задачи лингвокультурологического анализа включают [3, с. 3]:

- 1) способность извлекать информацию о культурных особенностях страны из текста;
- 2) умение интерпретировать и анализировать полученные данные;
- 3) способность проводить сравнительный анализ ценностных картин мира различных культур.

Методы лингвокультурологического анализа [3, с. 3]:

- метод филологического анализа – включает приемы жанровой интерпретации языковых средств и анализа идейного содержания текста;
- метод концептуального анализа – направлен на реконструкцию картины мира говорящего;
- сопоставительный метод – используется для сравнения культурных и языковых особенностей различных языков и их носителей [6, с. 3].

Предмет лингвокультурологического анализа включает языковые единицы, которые приобрели символическое, эталонное и образно-метафорическое значение в культуре, обобщая результаты человеческого сознания – как архетипические, так и прототипические. Эти единицы фиксируются в мифах, легендах, ритуалах, обрядах, фольклоре, религиозных дискурсах, поэтических и прозаических текстах, фразеологизмах, метафорах, символах и поговорках (поговорках). Они отражают национально-культурную специфику и аккумулируют культурный опыт, передаваемый из поколения в поколение.

К таким единицам относятся [5, с. 5]:

- Безэквивалентная лексика и лакуны
- Мифологизированные языковые единицы: архетипы и мифологемы
- Эталоны, стереотипы, символы
- Паремии
- Фразеологизмы
- Метафоры и образы языка
- Речевое поведение
- Речевой этикет (по В. А. Масловой) [7]:
- Ключевые концепты культуры
- Прецедентные феномены

При анализе культурообусловленных элементов текста речь идет о широком спектре языковых единиц: от слов, обозначающих специфические

реалии (таких как *Кремль*, *Белый дом*, *Биг Бен*, *Би-Би-Си*), культуроспецифической лексики и безэквивалентных слов (например, *дача*, *гласность*, *челноки*) до заимствованных терминов и выражений (например, *fin de siècle* ‘конец века’, *haute couture* ‘высокая мода’ и другие). Важно подчеркнуть практическое значение лингвокультурологического анализа, так как его целью является выявление и интерпретация культурозначимых единиц, которые играют ключевую роль при составлении культурологического комментария.

Аналитические перспективы лингвокультурологии медиатекста проявляются через несколько ключевых направлений, нацеленных на исследование взаимодействия языка и культуры в рамках современных медиатекстов. Существенно отметить, что медиатексты, являясь культурными и коммуникативными феноменами, подвергаются разнообразным трансформациям, отражающим динамику изменений в социальных, политических и культурных аспектах.

Ниже представлены основные аналитические направления.

❖ Изучение культурных кодов в медиатекстах

Медиатексты представляют собой пространство, в котором активно передаются культурные коды, имеющие как универсальные, так и специфические характеристики для конкретной культуры. Исследование этих кодов позволяет определить, каким образом определенные концепты, символы, стереотипы и мифы воздействуют на восприятие информации аудиторией.

❖ Анализ неологизмов и изменений в языке

Средства массовой информации играют ключевую роль в возникновении неологизмов и языковых инноваций, которые отражают изменения в социокультурной реальности. Изучение неологизмов помогает проследить, как язык медиа приспосабливается к культурным и технологическим трансформациям, а также как массовое внедрение новых слов в медиатексты сказывается на эволюции языка.

❖ Роль медиатекстов в формировании языковой личности

Медиатексты оказывают влияние на языковую личность, формируя новые модели речевого поведения, предпочтений и даже мировоззрения. Исследование этого влияния помогает понять, как массовая коммуникация способствует определению норм и стандартов языка в обществе.

❖ Влияние медиатекстов на культурную картину мира

Медиатексты активно участвуют в формировании культурной картины мира, транслируя мировоззренческие установки и ориентиры. Анализ этих текстов позволяет понять, как средства массовой информации отражают и одновременно формируют восприятие культурных и социальных процессов.

❖ Анализ ассоциативности и психолингвистических аспектов медиатекстов

Психолингвистические исследования, основанные на идеях В. А. Богородицкого, акцентируют внимание на ассоциативных процессах, которые возникают у аудитории при восприятии медиатекстов. Это включает изучение, как медиатексты активируют культурные и личные ассоциации, влияя на восприятие информации.

❖ Сравнительный анализ медиатекстов разных культур

Важным аспектом аналитической перспективы является использование сравнительного метода для исследования медиатекстов в разных культурных контекстах. Это помогает выявить универсальные и специфические черты в построении медиатекстов и их восприятии.

❖ Методы лингвокультурологического анализа

Использование различных методов анализа, таких как концептуальный, сопоставительный и филологический, позволяет глубже понять, как медиатексты служат инструментами культурной и языковой коммуникации, а также как они отражают изменения в обществе и языке.

❖ Критическое восприятие медиатекстов

В итоге, критический анализ медиатекстов с точки зрения их воздействия на общественное сознание и мировоззрение становится важной перспективой. Это включает в себя оценку того, как СМИ могут манипулировать языком и культурой в целях воздействия на массовую аудиторию.

Эти перспективы открывают широкие возможности для дальнейших исследований в области лингвокультурологии медиатекста и позволяют глубже понять роль языка и культуры в современных средствах массовой информации.

Практическая значимость данного исследования заключается в возможности применения лингвокультурологического подхода для анализа языковых изменений, происходящих в современных медиатекстах. Выявление культурно маркированных единиц в медиатекстах способствует лучшему пониманию культурных и социальных процессов, происходящих в обществе, и помогает разработать более эффективные способы работы с текстами массовой информации, как в научных исследованиях, так и в сфере PR, рекламы и журналистики.

Лингвокультурология медиатекста является перспективным направлением, позволяющим глубже понять механизмы влияния языка на общественные и культурные процессы. Медиатексты, как сложные лингвокультурные образования, играют ключевую роль в формировании не только языковой личности, но и в трансляции культурных ценностей. Особое внимание стоит уделить тому, как медиасреда активно создает и распространяет неологизмы, метафоры и прецедентные феномены, которые становятся основой для формирования общественного мнения и культурных стереотипов. Лингвокульту-

рологический анализ медиатекстов помогает выявить эти процессы и осознать их влияние на развитие языка и культуры в условиях глобализации и технологических изменений.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ахундова М. Б. Лингвокультурологические тексты как средство формирования коммуникативной компетенции учащихся. *Pedaqogika, psixologiya elmləri üzrə elmi-nəzəri-metodik jurnal*. № 3, 2021. С. 131–136.
2. Богородицкий В. А. Лекции по общему языкознанию / В. А. Богородицкий. – Казань, 1911. – 246 с.
3. Ворошкевич Д. В., Казанникова Д. П. Пособие по лингвокультурологическому анализу текста. М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Московский пед. гос. ун-т". – М. : МПГУ, 2016. – 39 с.
4. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь): учебное пособие / Т. Г. Добросклонская. – М. : Флинта, Наука, 2008. – 263 с.
5. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации / Т. Г. Добросклонская. – М. : КДУ, 2015. – 116 с.
6. Игошина Оксана Алексеевна. Лингвокультурологический анализ фольклорного текста при обучении русскому языку немецкоязычных студентов: Дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02: Санкт-Петербург, 2003. 270 с. РГБ ОД, 61:04-13/818
7. Маслова В. А. М 31 Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. Высш. Учеб. заведений. – М. : Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
8. Фаткуллина, Ф. Г. Лингвокультурологический подход к изучению текстов массмедиа / Ф. Г. Фаткуллина, Л. М. Салимова, Д. К. Саяхова // Казанская наука. – 2019. – № 10. – С. 61–63.