

Научная статья

УДК 482-093.5 (021)

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.13205>



## СЕМИОТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ВЫРАЖЕНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В МЕДИЙНОМ КЛАСТЕРЕ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА

И.Л. Ильичева  

Минский государственный лингвистический университет,  
г. Минск, Республика Беларусь

 [ilitcheva@list.ru](mailto:ilitcheva@list.ru)

**Аннотация.** В эпоху информационно-сетевой глокализации региональная идентичность является фундаментальной характеристикой в структуре идентификационной матрицы человека. Благодаря региональной идентичности различные регионы выделяются как целостные территориальные, экономические и социокультурные системы. Ведущая роль в формировании региональной идентичности принадлежит средствам массовой информации. Выступая в качестве вида дискурсивной практики, современный медийный дискурс вербально и визуально конструирует происходящие в регионе события, отражает коллективные ценностные ориентиры, маркирует региональные культурные коды. Современный медиатекст представляет собой лингвовизуальный феномен, в канве которого тесно взаимодействует вербальный и визуальный контент как на уровне отдельных лексических единиц, так и на уровне композиции всего текста. Целью исследования является выявление способов выражения идентичности средствами знаков разной модальности в региональных медиатекстах. С учетом объема передаваемой информации в семиотически осложненном медиатексте автором выделены три модели: вербально-ориентированная, визуально-ориентированная и изовербальная.

**Ключевые слова:** региональная идентичность, прецедентное имя, прецедентная ситуация, поликодовый текст, культурный код, ономастикон.

**Для цитирования:** Ильичева И.Л. Семиотические ресурсы выражения идентичности в медийном кластере Брестского региона // Terra Linguistica. 2022. Т. 13. № 2. С. 47–56. DOI: 10.18721/JHSS.13205



## SEMIOTIC RESOURCES FOR EXPRESSING IDENTITY IN THE MEDIA CLUSTER OF THE BREST REGION

I.L. Ilyicheva  

Minsk State Linguistic University,  
Minsk, Republic of Belarus

 [ilitcheva@list.ru](mailto:ilitcheva@list.ru)

**Abstract.** In the era of information and network glocalization, regional identity is a fundamental characteristic in the structure of a person's identification matrix. Due to regional identity, different regions stand out as integral territorial, economic and socio-cultural systems. The leading role in the formation of regional identity belongs to the media. Acting as a type of discursive practice, modern media discourse verbally and visually constructs events taking place in the region, reflects collective value orientations, and marks regional cultural codes. Modern media text is a linguo-visual phenomenon in which verbal and visual content closely interacts both at the level of individual lexical units and at the level of composition of the entire text. The aim of the study is to identify ways of expressing identity by means of signs of different modality in regional media texts. Taking into account the volume of transmitted information in a semiotically complicated media text, the author identifies three models: verbally oriented, visually oriented and isoverbal.

**Keywords:** regional identity, precedent name, precedent situation, polycode text, cultural code, onomasticon.

**Citation:** I.L. Ilyicheva, Semiotic resources for expressing identity in the media cluster of the Brest region, *Terra Linguistica*, 13 (2) (2022) 47–56. DOI: 10.18721/JHSS.13205

### Введение и постановка проблемы

Рубеж XX и XXI веков становится одним из важных этапов человеческого развития, поскольку именно в это время в мировом коммуникативном пространстве наблюдаются и набирают силу интеграционные процессы, направленные на взаимодействие различных государств, наций и этносов. В области экономики происходит слияние экономических систем ряда стран в одну единую систему, в диапазоне культурной и социальной сфер фиксируются процессы интеграции, которые подразумевают «образование единого общепланетарного социума, основанного на новой парадигме социокультурного развития» [8, с. 4]). С помощью происходящих процессов глобализации постепенно расширяются горизонты для проведения мероприятий социокультурного характера, появляется «универсальный язык, образ жизни, культура, глобальная экономика и политика, появляется новый «глобальный человек», самоосознающий себя интегрированным уже в мировое пространство» [20, с. 3].

С другой стороны, расширяющиеся международные контакты актуализируют вопросы регионализации и локализации. Как справедливо указывает А.В. Орехович, «практически все государства, вовлеченные в процесс глобализации, подвержены внутренним трансформациям, происходящим в системе организации публичной власти, выражающимся в перераспределении полномочий внутри самого государства и передаче большего объема полномочий на региональный уровень» [16, с. 3]. Процессы регионализации усиливают стремление регионов к самостоятельному росту, использованию преимущественно местных ресурсов в обеспечении собственных потребностей, успешному позиционированию в мировом коммуникативном пространстве.

Рассматривая указанные вопросы, В.А. Маслова пишет, что «регионализм приводит к формированию региональной идентичности, т.е. к появлению в массовом сознании соотнесения себя с



региональным локусом» [11, с. 179]. В.А. Щипков в своих работах подчеркивает, что регионализм «переосмысливает общегосударственный исторический и культурный контекст и создаёт свой уникальный региональный дискурс» [24, с. 20].

В коммуникативном пространстве любого региона для выражения идентичности используется значительный семиотический ресурс. Под коммуникативным пространством, вслед за Т.В. Поплавской, мы понимаем «языковой ареал, совокупность языковых кодов, социальную группу, сферу общения, территорию, вид деятельности, ситуацию. Оно воспринимается аудитивно, визуально, ментально и репрезентировано материальными и нематериальными объектами» [10, с. 6]. Зарождение идентичности в сознании людей начинается с «возвращения к проблемам регионального фольклора, обрядов, обычаев, этнографических реалий, а также языка, который хранит в своих единицах самооценку конкретного народа и его соседей, отображает национальное самосознание и национальный характер, фиксирует в себе элементы материальной и духовной культуры» [11, с. 180]. Согласно А.А. Гончарику, «региональная идентичность конструируется через осмысление связи между сообществом и пространством в историко-культурном и политическом контексте [4, с. 14].

В коммуникативном пространстве региона ключевыми элементами репрезентации идентичности выступают прецедентные феномены, культурные коды и концепты. Именно они являются фрагментами культурной памяти [1, 14, 25], ценностными ориентирами, базовыми компонентами национальной языковой картины мира [2, 6]. В процессе жизнедеятельности человек преобразовывает приобретенные знания и опыт в определенные ментефакты, которые «логически связываясь между собой, образуют концептуальную систему» [12, с. 61]. Коды культуры посредством различных элементов действительности отражают особенности культуры использующего их этноса [13, с. 191]. Как отмечает Е.А. Нахимова, «прецедентные феномены задают определенную систему ценностей и антиценностей, которая в той или иной мере регулирует поведение представителей национально-лингвокультурного сообщества, объединяя “своих” и противопоставляя их “чужим”» [15, с. 143]. Идентичность, таким образом, следует рассматривать как результат эмоционально-когнитивного процесса осмысления и отождествления индивидом себя с системой культурных ценностей, установок, стереотипов и норм определенной региональной лингвокультуры.

### **Методология и методика исследования**

Материалом исследования послужили 100 поликодовых медиатекстов, отобранных методом сплошной выборки из следующих общественно-политических изданий: региональные еженедельные издания «Вечерний Брест» (далее ВБ) (тираж 6 500 экземпляров) и «Брестский курьер» (далее БК) (тираж 6 000 экземпляров). Материал был отобран в период с 1 января 2010 года по 30 марта 2022 года. В качестве отправной точки выбран 2009 год – начало подготовки к двум знаковым для Брестчины событиям: 1000-летию города Бреста (2019 г.) и 80-летию Брестской области (2019 г.).

Методологическая основа данного исследования носит ярко выраженный междисциплинарный характер. Ключевыми, с точки зрения методологии, являются работы, направленные на изучение текста в широком его понимании с позиций медиалингвистики (Т.Г. Добросклонская, Л.Р. Дускаева, В.В. Васильева) и социальной семиотики (В.Е. Чернявская, Р. Ходж, Г. Кресс, Т. Левен), а также основные концепции теории прецедентности и интертекстуальности Ю.Н. Караулова, Ю.Е. Прохорова, Д.Б. Гудкова, В.В. Красных, Г.Г. Слышкина, Е.А. Нахимовой.

### **Результаты исследования**

В ходе проведенного исследования мы пришли к следующим результатам. Современный медийный кластер региона представлен с помощью дискретных единиц медиапотока, которые состоят из палитры разнообразных кодов и придают тексту параметры объемности и многослойности [5]. Следуя справедливому постулату В.Е. Чернявской о том, что «внутри лингви-



стики сместился акцент с признания языка главным кодом и архимедиумом коммуникации на изучение возможностей другого медиума – визуальной презентации смыслов и идентичностей» [22, с. 101], можно рассматривать современный медиатекст не только как гетерогенное образование, но и оценивать значимость знаков разной модальности при передаче смысла, используя «семиотический анализ медиатекста в разнообразии составляющих его семиотических кодов» [3, с. 258].

Наши наблюдения показывают, что региональный медиатекст является семиотически неоднородным образованием, в котором между вербальным и невербальным компонентами возникают композиционные и семантические комбинации. Тесно взаимодействуя между собой, знаки, принадлежащие разным семиотическим системам, образуют единую смысловую целостность [7, 23]. Проведенный анализ корпуса медиатекстов позволил выделить с учетом критерия объема транслируемой информации вербального и невербального характера три доминантные модели поликодовых медиатекстов: вербально-ориентированную, визуально-ориентированную и изовербальную.

Наименее представительной группой (23%) в нашем материале стали медиатексты вербально-ориентированной модели, в которой вербальному компоненту отводится первичная функция, изображение отходит на второй план. Ключевой медийной тематикой для вербально-ориентированной модели служит история и экономика региона. Значимая роль в вербализации компонентов региональной идентичности отводится *прецедентным феноменам и онимам*.

Мы разделяем мнение В.В. Красных о том, что прецедентные феномены следует трактовать как «феномены: 1) хорошо известные всем представителям национально-лингво-культурного сообщества («имеющие сверхличностный характер»); 2) актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане, 3) обращение (апелляция) к которым постоянно возобновляется в речи представителей того или иного национально-лингво-культурного сообщества» [9, с. 170].

Для медийного кластера Брестчины прецедентное имя – это имя личности, сыгравшей значимую роль в ее истории (Ягайло, Витовт, Костюшко, Афанасий Брестский, Гаврилов, Кижеватов, Зубачев, Фомин и др.): «*Крестный ход в память Афанасия Брестского*» (ВБ, 17.06.20); «*В Грюнвальд – с именем Костюшко*» (ВБ, 21.07.10); «*Ягайло: чужой среди своих*» (ВБ, 27.12.12); «*Двуликий Витовт*» (ВБ, 21.09.12); «*Наримунт из рода “титанов”*» (ВБ, 08.05.13); «*Колокол времён Тадеуша Костюшко звонит в деревне Матиевичи под Жабинкой*» (БК, 10.07.15); «*Асоба, яка аб’яднала ўсіх*». *В Беларуси открыли первый памятник Тадеушу Костюшко*» (БК, 12.05.18).

Следует отметить, что в ряде случаев для данной модели характерно использование в заголовке медиатекста сразу двух вербальных прецедентных феноменов, один из которых привносит в общее содержание метафорический смысл. Так, заголовочный комплекс «*Двуликий Витовт*» отсылает нас к фразеологизму «двуликий Янус». В римской мифологии бог времени Янус обычно позиционировался с двумя, обращенными в противоположные стороны лицами: молодое лицо было обращено вперед, в будущее, старое – в прошлое. Позже фразеологизм «двуликий Янус» стал использоваться для обозначения лицемера, двуличного человека. В вербальной части медиатекста двуличность Витова раскрывается с помощью фрагмента из известного произведения Миколы Гусовского «Песня о зубре»: «*он миротворец и факельщик войн, двуединый в облике князя. Ставил препоны врагам, и далеким, и близким. Муж, лучше которого Литва не имела*». Таким образом прецедентное имя Витовт наделяется дополнительным метафорическим контекстом.

В заголовке «*Ягайло: чужой среди своих*» автор использует прецедентное имя на фоне уже имеющегося трансформированного прецедентного явления, проводя параллель с этим явлением и придавая прецедентному имени дополнительные характеристики. В данном случае наличие прецедентных имен маркирует и связанную с ними прецедентную ситуацию: *эпопея взаимоотношений между Ягайло и Витовтом – целая эпоха Великого княжества Литовского.<...>...апогей их славы и величия, их героический оттиск в истории – победа в Грюнвальдской битве* (ВБ, 27.12.12);



2) «...фактов, подтверждающих, что Витовт оставил здесь свой заметный след, предостаточно. <...>... вместе со своим заклтым другом и кузеном королем Ягайло он проводил великий княжеский совет по подготовке к грядущему сражению под Грюнвальдом» (ВБ, 21.09.12). Дополнительные вербальные характеристики указанные прецедентные феномены получают и за счет оценочной лексики, поскольку «Образ, созданный в средствах массовой информации, – это всегда сенсорно-перцептивное отражение того или иного объекта, актуализируемое при помощи определенных языковых средств» [17, с. 12].

В двух медиатекстах прецедентные имена Витовт и Ягайло «связывают» воедино визуальную и вербальную составляющие. Вербальная составляющая выполняет в данном случае по отношению к невербальной номинативную и комментирующую функции, поскольку именует изображенные портреты исторических деятелей и устанавливает содержательно-смысловую взаимосвязь между компонентами.

Ряд исследователей, в том числе и В.В. Красных, совершенно справедливо полагают, что «прецедентная ситуация и событие “хранятся” в когнитивной базе в виде инвариантов восприятия и могут быть при необходимости “вербализованы”». Они могут быть актуализированы посредством вербальных средств через активизацию самого инварианта восприятия или через какую-то деталь, атрибут или символ самого прецедентного феномена» [9, с. 173]. Ярким примером сказанного могут служить медиатексты под следующими заголовками: «Грюнвальд, который мы не потеряли. План одного из важнейших сражений в истории обсуждали в Берестье» (ВБ, 14.05.18); «Воевали Бересть да посад сожгли...» Какой след оставили средневековые войны в Берестье?» (ВБ, 05.06.18); «Магдебургский прецедент, или Как Брест первым обрел самостоятельность» (ВБ, 07.05.18), «Право управлять», «На верность городу присяга. Как становились «свободными бересейцами...», «Берестье столица двух государств»; «610 лет назад в Грюнвальдской битве приняли участие Брестская, Пинская и Дрогичинская хоругви» (ВБ, 15.07.20); «На рассвете в 4.15... Начало Великой Отечественной войны вновь оживают в Брестской крепости» (ВБ, 21.06.21); «Для героев Бреста смерти нет! 10 лет назад на большие экраны вышел фильм “Брестская крепость”» (ВБ, 23.06.20). Во всех указанных текстах семиотическая маркированность прецедентной ситуации осуществляется за счет цветных иллюстраций Грюндвальдской битвы, Берестейской встречи, сцены дарования Магдебургского права, обороны Брестской крепости.

Описывая регионализм в контексте культуры, В.Н. Стрелецкий правомерно использует ряд вербальных индикаторов. К числу базовых, по его мнению, относятся: «1) местная языковая (лингво-диалектная) система (включая топонимы); 2) региональные особенности сферы ментефактов (духовных традиций, образов, представлений и др. продуктов умственной деятельности людей), характерные для данной социокультурной общности; 3) региональные особенности материальной культуры, понимаемой в данном случае как упорядоченная система артефактов, т.е. материальных предметов, созданных самими людьми» [19, с. 17]. В нашем материале в медиатекстах, посвященных экономической и социокультурной сферам региона, перечисленные индикаторы представлены на лексико-семантическом уровне с помощью: 1) эргонимов, отражающих названия промышленных предприятий (*Пинскдрев, Брестсельмаш, Берестейский пекарь, Беловежский, Кобринхлебопродукт, Брестэнерго, Брестское мороженое, Санта-Импэкс-Брест, ТермоБрест*), агроусадб и баз отдыха (*Шале Беловежское, На просторах Полесья, Дубое над Пиной, Пуцанский уголок, Беловежское поместье, Беловежская светлица, Припятский плес, Беловежская благодать, Беловежская гостевая, Споровская, Под липами в Дмитровичах*); 2) прагматонимов, обозначающих названия продовольственных товаров (*Савушкин продукт, внучок Ляховичок, Шедрые Пружаны, Беловежские сыры, Прибужская нива, Полесьяночка, Полесские вкусняшки, Берестье, Берестейская, Остромечевские просторы*).

Проведенный анализ позволяет утверждать, что в вербально-ориентированной модели присутствие невербального компонента прослеживается также на уровне супраграфемики и топо-





графемике. Варьирование разрядки кегля, изменения шрифтового размера и рисунка, цветовая графическая маркированность не только умножают способы и формы выражения смыслового содержания, но и маркируют в вербальной части медиатекста ключевые моменты в реализации общего замысла текста.

Делая значимый акцент на возрождении исторических культурных традиций, Брестская область активно репрезентирует свою идентичность в медийном кластере. Яркими примерами можно считать различные социально-культурные мероприятия, проводимые на регулярной основе: *праздник фольклорного искусства «З крыніц спрадвечных»*; *экологический фестиваль «Споровские сенокосы»*; *фестиваль фольклора «Мотальскія прысмакі»*; *фестиваль водного туризма «Мотольская регата»*; *областной праздник «Ружанская брама»*; *фест «Пазнанне мінулага»*, *фестиваль «Берестейские сани»*.

Второе место по численности в нашем материале занимает визуально-ориентированная модель (31%). Характерной чертой данной модели выступает отсутствие разнообразия лексических средств и синтаксических конструкций. Наоборот, в вербальной части ощущается явная минимализация эксплицитного выражения, которая в большинстве случаев сводится практически к одному предложению в заголовке.

Манифестация масштабного фестиваля-ярмарки «Берестейские сани- 2022» нашла свое отражение в многочисленных заголовках: *«Берестейские сани» уже скоро* (ВБ, 05.01.22); *«Берестейские сани» открылись заплывами моржей* (ВБ, 07.01.22); *«А сани-то мчат! «Берестейские сани»...»* (ВБ, 08.01.22). Маркировка региональной идентичности осуществляется в данном случае с помощью поликодовых логотипов предприятий, эмблем этнокультурного характера, цветовой символики. Все заголовки указанных медиатекстов сопровождаются многочисленными фотоотчетами подготовки и проведения праздничных мероприятий, интерактивными картами праздника, символическими плакатами-схемами как невербальными маркерами региональных праздничных событий.

Активно реагируя на общую цифровую конвергенцию, многие медийные издания Брестской области, в том числе и «Вечерний Брест», перешли на многоплатформенный подход к производству и распространению контента и широко используют мультимедийную платформу YouTube для освещения значимых для региона событий. В нашем материале в канве практически всех медиатекстов визуально-ориентированной модели наблюдается конвергентность, означающая переход из статической модели в динамическую на мультимедийную платформу YouTube.

Анализ исследуемого корпуса показал, что большая часть региональных медиатекстов (46%) представлена посредством изовербальной модели, в которой знаки разных семиотических систем участвуют в передаче общего смысла на паритетных началах. В текстах данного типа изображение привносит значительную дополнительную денотативную и коннотативную информацию, между компонентами устанавливается тесная в смысловом отношении связь. Тематика медийных публикаций данной модели связана с семиотическим ландшафтом региона, его культурными кодами и концептами.

Как указывает Б.Б. Цыбикова, «проблема выявления этнокультурной идентичности находится в единстве с традиционным миропониманием и мировосприятием, определенно проявляющемся в устном творчестве, поскольку в фольклоре аккумулированы этнические, культурные критерии, система норм и стереотипы поведения» [21, с. 24]. В культурном пространстве многих регионов Беларуси, в том числе и Брестчины, «возрождается национальная культурная память, вытесненная ранее общей советской памятью, в городской ландшафт вводятся новые маркеры» [18, с. 99]. В семиотическом ландшафте региона постоянно фиксируется пополнение за счет новых поликодовых объектов-символов, которые наглядно маркируют заложенные в истории и традиции культурные смыслы, конструируют идентичность Брестчины. За анализируемый нами период появляется ряд памятников и скульптурных композиций: памятник *Тыся-*



челетию Бреста (2009), памятник *Радзивилловской Библии* в Бресте (2017), скульптурные композиции, посвященные символу самобытности региональной культуры: памятник преподобному мученику XVI века *Афанасию Брестскому* (2006 г.); собирательный образ пинчука-полешука в городе Пинске (2017 г.); памятный знак «*Старый фонарь*» с текстом-приказа на старорусском языке об обязанности ежедневно зажигать фонари после захода солнца (2010 г.); скульптура «*Фонарищик*» (2007 г.); аллегорическая скульптура как маркер места слияния реки Мухи и канала Вец (2019 г.); скульптурная композиция «*Героям границы, женщинам и детям мужеством своим в бессмертие шагнувшим*» (2011 г.); мурал защитнику Брестской крепости *Петру Гаврилову* (2021 г.). Все перечисленные объекты-символы, которые, безусловно, можно рассматривать как своего рода поликодовый текст, визуальны представлены и описаны в региональном медийном пространстве.

Со многими перечисленными объектами-символами связаны традиционные региональные обряды и ритуалы. Так, на центральной пешеходной улице Бреста ежедневно штатный фонарищик в форме петровских времен зажигает и гасит старинные фонари. Вербализация данного ритуала находит отражение в канве региональных медиатекстов: «*в 2009-м городские власти решили возродить старинную традицию зажигания фонарей...<...>... [Фонарищик] зажигает... керосиновые фонари на Советской. Туристы и горожане называют его «добрым волшебником»* (ВБ, 27.07.19).

В процессе познания мира человек всегда мыслит концептами, анализирует и сравнивает, формирует новые ментальные единицы. Языковая репрезентация концепта «1000-летие Бреста» начинает осуществляться на постоянной основе в СМИ Брестчины с момента воздвижения в центре города в 2009 году памятника Тысячелетия. Архитектурно памятник Тысячелетия Бреста олицетворяет модель города, выраженную в исторических образах и обобщенных образах жителей города (Николай Раздвигилл Черный, князь Владимир Василькович, великий князь Литовский Витовт, летописец, солдат, мать). Используя концепции теории прецедентности и социальной семиотики, данный памятник можно рассматривать, с одной стороны, как поликодовый текст, а с другой – как полипрецедентный феномен.

Семантический анализ заголовочных комплексов медиатекстов, посвященных тысячелетию города Бреста, свидетельствует о наличии двух ярко выраженных тематических доминант: 1) продвижение в общественном сознании образа Бреста как крупного регионального культурного, финансово-экономического, туристического центра; 2) возрождение уникальности и самобытности города Бреста с акцентом на развитии национально-культурных ценностей и исторических символов.

В нашем материале концепт «1000-летие Бреста» является доминантным и встречается как минимум в 25 медиатекстах «*Вечерний Брест*» (17 раз), «*Брестский курьер*» (8 раз). Изовербальная модель медиатекста синтезирует разные подходы к представлению информации: лаконичность и развернутость, визуальную констатацию факта и комментарий. В медиатексте под заголовком «*Автор памятника Тысячелетию Бреста – о бессонных ночах, спорах вокруг исторических личностей и застужках на сапогах строителей Берестья*» (ВБ, 07.01.19) тема, представляющая его основное содержание, постепенно детализируется посредством знаков разной модальности в заголовочном комплексе, вводном предложении, отдельных блоках медиатекста, вербально и визуально формируя картину работы по созданию памятника.

В медиатексте под заголовком «*С “Погоней” на стяге, с гербом на щите*» (ВБ 05.04.11) описывается работа творческого коллектива по созданию горельефа памятника. В качестве иллюстративной наглядности приведем фрагмент медиатекста: «*на горельефе отображены шесть фрагментов истории: легенда об основании Бреста, строительство города, участие берестейцев в Грюнвальдской битве, издание Берестейской библии, оборона Брестской крепости 1941 года, освоение космоса*». Отдельный элемент горельефа визуальны демонстрирует распространенную легенду о создании города, согласно которой богатый купец, отправившийся в путешествие в Литовское княжество,



застрял в болоте. Чтобы выбраться, ему пришлось сделать настил на болоте из срубленного вяза (береста). Отсюда произошло название селения Берестье, спустя века трансформированное в город Брест.

Характерной чертой изовербальной модели является и наличие встроенных гиперссылок с помощью цветового маркирования лексем. Так, в указанном медиатексте маркируется фамилия и имя известного брестского скульптора Алексея Павлючука и позволяет перейти от первичного медиатекста к другим. Таким образом, используемые в медиатексте многочисленные супраграфемные, синграфемные и топографемные средства способствуют структурированию воплощенной в поликодовом медиатексте мысли. Взаимодействуя между собой, графические средства создают удобную для восприятия визуальную точку опоры.

### Заключение

1. Две кардинально противоположные тенденции современности – глобализация и глокализация – способствуют, с одной стороны, процессам экономической и социокультурной интеграции, а с другой стороны, выражают стремление регионов к идентичности, сохранению своей самобытности.

2. В вопросах конструирования региональной идентичности особая роль принадлежит средствам массовой информации. Динамичная трансформация медийных потоков и визуализация транслируемого медийного контента оказывает значительное и формирующее влияние на способности манифестации региональной идентичности. Кооперация вербальных и невербальных прецедентных феноменов, семиотически осложненные единицы регионального ономастикона, супраграфемные и параграфемные средства в пределах одного медиатекста значительно усиливают воздействующий потенциал медийного контента.

3. Проведенный комплексный анализ способов выражения региональной идентичности с позиций социальной семиотики значительно расширяет диапазон исследовательских интересов применительно к медиалингвистике, теории прецедентности и лингвоконцептологии.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Беспалова Е.А. Фразеологизмы мифологического происхождения с компонентом прецедентным именем: особенности строения и употребления (на примере газетных текстов) // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2021. № 69. DOI: 10.17223/19986645/69/2

2. Бугаева И.В. Прецедентный топоним как политический символ // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. Т. 9, № 1. С. 124–135. DOI: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-124-135

3. Васильева В.В. Вербально-визуальная синергия комического: проблема методов лингвистической экспертизы медиатекста // Материалы II Междунар. науч.-практ. конф. «Язык в координатах массмедиа». СПб., 2017. С. 257–259.

4. Гончарик А.А. Роль политического класса в формировании региональной идентичности в постсоветской России: автореф. дис. ... канд. полит. наук. Пермь, 2012. 25 с.

5. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М., 2008. 264 с.

6. Евсюкова Т.В., Бутенко Е.Ю. Лингвокультурология. 2015. 480 с.

7. Иванова М.В., Клушина Н.И. Русский язык в современном интернет-пространстве: динамические процессы и тенденции развития // Русистика. 2021. Т. 19, № 4. С. 367–382. DOI: 10.22363/2618-8163-2021-19-4-367-382

8. Киптило Е.А. Феномен глобализации в современном социокультурном пространстве: автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 2010. 22 с.

9. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М., 2003. 375 с.





10. Коммуникативное пространство массмедиа; Коммуникативное пространство Беларуси (коллективная монография) / сост. и общ. ред. Т.В. Поплавская [и др.]. Минск: МГЛУ, 2021. 148 с.
11. **Маслова В.А.** Регионализация как путь к формированию региональной идентичности // Материалы 10-й Междунар. науч. конф. «Коммуникативные стратегии». Минск, 2019. С. 178–184.
12. **Маслова В.А.** Введение в когнитивную лингвистику. М., 2011. 296 с.
13. **Маслова В.А.** Концептуальные основы современной лингвистики. М. 2019. 332 с.
14. **Моисеенко Л.В., Хервилья Э.К.** Прецедентное пространство русского массмедийного дискурса // Русистика. 2021. Т. 19, № 4. С. 453–465. DOI: 10.22363/2618-8163-2021-19-4-453-465
15. **Нахимова Е.А.** Прецедентные имена в массовой коммуникации. Екатеринбург, 2007. 207 с.
16. **Ореховая А.В.** Развитие регионализма в странах Европы: конституционно-правовой аспект: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2011. 30 с.
17. **Солопова О.А. Кошкарлова Н.Н., Сибиряков И.В.** Образ Челябинска в британском медиадискурсе первой половины XX века // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13, № 1. С. 9–26. DOI: 10.22363/2313-2299-2022-13-1-9-26
18. **Соколова О.М.** Коммеморативные практики в культурном пространстве современного белорусского города // Сб. материалов IV Международ. науч.-практ. конф. «Культура в евразийском пространстве: традиции и новации». Барнаул, 2009. № 1 (3). С. 97–108
19. **Стрелецкий В.Н.** Культурный регионализм в Германии и России: автореф. дис. ... д-ра геогр. наук. М., 2012. 47 с.
20. **Ушакова В.В.** Феномен этничности в процессе глобализации: автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 2010. 22 с.
21. **Цыбикова Б.-Х.Б.** Этнокультурная идентичность бурят в устной народной прозе // Сибир. филол. журнал. 2022. № 1. С. 23–35. DOI: 10.17223/18137083/78/2
22. **Чернявская В.Е.** Медиальный поворот в лингвистике: поликодовые и гибридные тексты // Вестн. Иркут. гос. лингв. ун-та. 2013. 2 (23). С. 12–127.
23. **Чернявская В.Е.** Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М., 2009. 248 с.
24. **Щипков В.А.** Регионализм как идеология глобализма. М., 2017. 188 с.
25. **Янь К.** Прецедентное имя В.И. Ленин в русском культурном пространстве // Русистика. 2022. Т. 20, №1. С. 35–51. DOI: 10.22363/2618-8163-2022-20-1-35-51

## REFERENCES

- [1] **Ye.A. Bepalova**, Phraseological units of mythological origin with a precedent name as a component: features of structure and use in newspaper texts. Tomsk State University Journal of Philology. 69 (2021). DOI: 10.17223/19986645/69/2
- [2] **I.V. Bugaeva**, Precedent toponym as a political symbol. RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. 9 (1) (2018) 124–135. DOI: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-124-135
- [3] **V.V. Vasilyeva**, Verbal-visual synergy of the comic: the problem of methods of linguistic examination of the media text. Materials of the II International Scientific and Practical Conference “Language in the coordinates of mass media”. St. Petersburg, 2017. pp. 257–259.
- [4] **A.A. Goncharik**, Rol politicheskogo klassa v formirovanii regionalnoy identichnosti v postsovetsoy Rossii: avtoref. dis. ... kand. polit. nauk [The role of the political class in the formation of regional identity in post-Soviet Russia: autoref. dis. ... cand. polit. sciences']. Perm, 2012.
- [5] **T.G. Dobrosklonskaya**, Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI: sovremennaya angliyskaya mediarech [Media Linguistics: a systematic approach to learning the language of the media: modern English media]. M., 2008.
- [6] **T.V. Yevsyukova, Ye.Yu. Butenko**, Lingvokulturologiya [Linguoculturology]. 2015.
- [7] **M.V. Ivanova, N.I. Klushina**, Russian language in modern web space: dynamic processes and development trends. Russian Language Studies. 19 (4) (2021) 367–382. DOI: 10.22363/2618-8163-2021-19-4-367-382
- [8] **Ye.A. Kiptilo**, Fenomen globalizatsii v sovremennom sotsiokulturnom prostranstve: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk [The phenomenon of globalization in the modern socio-cultural space: abstract. dis. ... cand. philol. sciences']. M., 2010.



- [9] **V.V. Krasnykh**, «Svoy» sredi «chuzhikh»: mif ili realnost? [“One’s own” among “strangers”: myth or reality?]. M., 2003.
- [10] *Kommunikativnoye prostranstvo massmedia; Kommunikativnoye prostranstvo Belarusi (kollektivnaya monografiya)* [The communicative space of mass media; The communicative space of Belarus (collective monograph)] ed. T.V. Poplavskaya and other. Minsk: MGLU, 2021.
- [11] **V.A. Maslova**, Regionalization as a way to form a regional identity, Materials of the 10th International Scientific Conference “Communication strategies”. Minsk, 2019. Pp. 178–184.
- [12] **V.A. Maslova**, *Vvedeniye v kognitivnyuyu lingvistiku* [Introduction to Cognitive Linguistics]. M., 2011.
- [13] **V.A. Maslova**, *Kontseptualnyye osnovy sovremennoy lingvistiki* [Conceptual foundations of modern linguistics]. M. 2019.
- [14] **L.V. Moiseyenko, E.Q. Gervilla**, The precedent context of Russian mass media discourse. *Russian Language Studies*. 19 (4) (2021) 453–465. DOI: 10.22363/2618-8163-2021-19-4-453-465
- [15] **Ye.A. Nakhimova**, *Precedentnyye imena v massovoy kommunikatsii* [Precedent names in mass communication]. Yekaterinburg, 2007.
- [16] **A.V. Orekhovaya**, *Razvitiye regionalizma v stranakh Yevropy: konstitutsionno-pravovoy aspekt: avtoref. dis. ... kand. jurid. nauk* [The development of regionalism in the countries of Europe: constitutional and legal aspect: abstract. dis. ... cand. jurid. sciences]. M., 2011.
- [17] **O.A. Solopova, N.N. Koshkarova, I.V. Sibiriakov**, The Image of Chelyabinsk in the 20<sup>th</sup> century British Media Discourse (1901–1950). *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*. 13 (1) (2022) 9–26. DOI: 10.22363/2313-2299-2022-13-1-9-26
- [18] **O.M. Sokolova**, Commemorative practices in the cultural space of a modern Belarusian city. Collection of materials of the IV International scientific and practical conference “Culture in the Eurasian space: traditions and innovations”. Barnaul, 1 (3) (2009) 97–108.
- [19] **V.N. Streletskiy**, *Kulturnyy regionalizm v Germanii i Rossii: avtoref. dis. ... d-ra geogr. Nauk* [Cultural regionalism in Germany and Russia: autoref. dis. ... doctor of Geographical Sciences]. M., 2012.
- [20] **V.V. Ushakova**, *Fenomen etnichnosti v protsesse globalizatsii: avtoref. dis. ... kand. filos. Nauk* [The phenomenon of ethnicity in the process of globalization: abstract. dis. ... cand. philos. sciences]. M., 2010.
- [21] **B.-Kh. B. Tsybikova**, Ethnocultural Identity of the Buryats in Oral Folk Prose, *Siberian Journal of Philology*. 1 (2022) 23–35. DOI: 10.17223/18137083/78/2
- [22] **V.Ye. Chernyavskaya**, Medial Turn in Linguistic: Text Hybridity. *Vestnik IGLU* [Bulletin of Irkutsk State Linguistic University]. 2 (23) (2013) 12–127.
- [23] **V.Ye. Chernyavskaya**, *Lingvistika teksta: Polikodovost, intertekstualnost, interdiskursivnost* [Text linguistics: Polycode, intertextuality, interdiscursivity]. M., 2009.
- [24] **V.A. Shchipkov**, *Regionalizm kak ideologiya globalizma* [Regionalism as an ideology of Globalism]. M., 2017.
- [25] **K. Yan**, The precedent name V.I. Lenin in the Russian cultural space, *Russian Language Studies*. 20 (1) (2022) 35–51. DOI: 10.22363/2618-8163-2022-20-1-35-51

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT AUTHOR

**Ильичева Инна Леонидовна**

**Inna L. Illicheva**

E-mail: [ilicheva@list.ru](mailto:ilicheva@list.ru)

ORCID: <https://orcid.org/000-0003-3610-8147>

*Поступила: 14.04.2022; Одобрена: 30.05.2022; Принята: 25.06.2022.*

*Submitted: 14.04.2022; Approved: 30.05.2022; Accepted: 25.06.2022.*