

УДК 81

## ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ МАРКИРОВАННОСТЬ НОВОСТНОГО ДИСКУРСА

**Богдокумова Мария Андреевна**

студент

Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова  
Якутск

*author@apriori-journal.ru*

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены проблемы отношения языка и культуры, отношения между разными культурами и понимание культуры другого народа с помощью новостного дискурса.

**Ключевые слова:** новостной дискурс; культура; маркированность; реалии; язык.

---

## LINGUISTIC CULTURAL MARKEDNESS OF NEWS DISCOURSE

**Bogdokumova Maria Andreevna**

student

Northeast federal university of M. K. Ammosov, Yakutsk

**Abstract.** In this article problems of the relation of language and culture, the relation between different cultures and understanding of culture of other people by means of a news discourse are considered.

**Key words:** news discourse; culture; markedness; reality; language.

Английский язык является языком, используемым как средство межэтнического общения в определенной сфере деятельности человека в современном мире. Также этот язык является предметом тщательного исследования, и каждый год публикуются сотни книг, в которых изучается английский язык. Но если рассмотреть именно проблему отношения языка и культуры, то книг, в которых изучается эта тема сравнительно мало, поэтому отношение языка и культуры можно посмотреть в определенном обществе или в источниках, которые вытекают из данного общества, например, в средствах массовой информации, в литературе и в киноиндустрии.

Изучаемая тема актуальна в аспекте межкультурной коммуникации, именно благодаря новостному дискурсу общество узнает новую информацию всего мира и идет в ногу со временем. В языке другой страны можно услышать и «увидеть» культуру народа. Благодаря крылатым выражениям, цитатам, которые используются политиками, ораторами и другими адресантами информации, можно также узнать историю народа.

Человеческая мысль, которая зафиксирована на каком-либо материальном носителе является текстом. Близкое к тексту определение имеет понятие «дискурс», который в последнее время используется все чаще. Иногда «текст» и «дискурс» понимаются как синонимы, но есть небольшая разница между двумя этими дефинициями.

Согласно Ф. де Соссюру, который и ввел данный термин, дискурс – индивидуальный акт говорения и слушания; фраза принадлежит речи, а не языку или повествованию, поскольку повествование как таковое отчуждает высказывание, «события словно повествуют сами по себе». Речь, в свою очередь, – не только устное высказывание, но широчайшее текстуальное понятие. Иными словами, дискурс – «это также масса текстов, воспроизводящих различную устную речь или заимствующих у нее манеру и цели: переписка, мемуары, драматургия, дидактические труды

– словом, любые жанры, где кто-либо обращается к кому-либо, высказывается как говорящий и организует сказанное» [1, с. 21].

Профессор Амстердамского университета Т.А. Ван Дейк определяет понятие «дискурс» как жанр. Понятие «дискурс» используется для обозначения того или иного жанра, например: «новостной дискурс», «политический дискурс», «научный дискурс» [2, с. 45].

Один из видов дискурса – это медийный дискурс, который на сегодняшний день чрезвычайно востребован в области средств массовой информации. Если рассмотреть понятие «медиа», то это канал связи, через который распространяются новости, развлечения, образование, факты или рекламные сообщения. Медиа включает в себя все средства массовой информации: радиовещание, газеты, журналы, телевидение, телефон и интернет. Из этого следует, что медийный дискурс – это сообщение, которое используется в средствах массовой информации.

Антропоцентризм науки конца XX – начала XXI века определил особый интерес лингвистов к «человеческому фактору в языке». А поскольку человек, субъект номинации и речевой деятельности, всегда выступает как «национальный человек», то наиболее важным и интересным становится изучение единиц языка с точки зрения представленности в них национальной культуры [5].

Язык тесно связан с культурой народа, и на основе этой идеи возникла новая наука – лингвокультурология. Лингвокультурология – это отрасль лингвистики, возникшая на стыке лингвистики и культурологии и исследующая проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке. Согласно В.Н. Телия, лингвокультурологическое направление «ставит перед собой цель изучения способности языковых знаков отображать современное культурное самосознание народа, рассматриваемое как «остов» его ментальности [3, с. 12].

Лингвокультурологические исследования могут исходить из языковых фактов любого уровня (фонетического, грамматического, лексиче-

ского, уровня текста) и находить в них подтверждения особенностям взаимосвязи языка и культуры. Так, культурная информация номинативных единиц языка может быть представлена четырьмя основными способами: через культурные семы, культурный фон, культурные концепты и культурные коннотации. Таким образом, одним из основных понятий лингвокультурологического анализа становится культурная коннотация [5, с. 153-155].

Культура проникает в знаки через ассоциативно-образные основания их семантики и интерпретируется через выявление связи образов со стереотипами, эталонами, символами, мифологемами, прототипическими ситуациями и другими знаками национальной культуры. Именно система образов, закрепленных в семантике национального языка, является зоной сосредоточения культурной информации в естественном языке.

Ярким примером лингвокультурологической маркированности служат реалии. Согласно Г.Д. Томахину, реалии – это названия присущих только определенным нациям и народам предметов материальной культуры, фактов истории, государственных институтов, имена национальных и фольклорных героев, мифологических существ и т.п. При сопоставлении языков, обозначающие эти явления, слова относят к безэквивалентной лексике. Безэквивалентными являются слова, служащие для выражения понятий, которые отсутствуют в иной культуре и, как правило, не переводятся на другой язык одним словом не имеют эквивалентов за пределами языка, к которому они принадлежат. Переводчикам, как правило, приходится прибегать к пространным описаниям или предлагать собственные неологизмы типа «надземка» – «elevated railroad» (по аналогии с «подземкой»); «виктрола» – «victrola» (проигрыватель определенной марки; Victor – название фирмы, производящей радио- и телеаппаратуру); «букмекер» – «book-maker» (человек, принимающий

заклады от публики на скачках и бегах); «родстер» – «roadster» (двухместная машина с откидным верхом) [4, с. 8].

Примером местных реалий являются названия местных достопримечательностей, которые, если и становятся известными за пределами данной местности (иногда входя в фонд национальной культуры), тем не менее сохраняют ассоциацию именно с данной местностью. Например: Cabildo – Кабильдо (бывшая резиденция испанского генерал-губернатора в Новом Орлеане), Alcatraz – Алькатраз (бывшая тюрьма на острове того же названия вблизи Сан-Франциско) или Freedom Trail – «маршрут свободы» (туристский маршрут по центральной части г. Бостона с осмотром исторических памятников, связанных с борьбой северо-американских колоний за независимость) [4, с. 10].

Таким образом, к числу лингвокультурологических реалий относятся, во-первых, ономастические реалии:

- 1) географические названия (топонимы), особенно имеющие культурно-исторические ассоциации;
- 2) антропонимы – имена исторических личностей, общественных деятелей, ученых, писателей, деятелей искусства, популярных спортсменов, персонажей художественной литературы и фольклора;
- 3) названия произведений литературы и искусства; исторические факты и события в жизни страны; названия государственных и общественных учреждений и многие другие.

Во-вторых, реалии, обозначаемые апеллятивной лексикой:

- 1) географические термины, обозначающие особенности природно-географической среды, флоры и фауны;
- 2) некоторые слова (в том числе общеизвестные термины), относящиеся к государственному устройству, общественно-политической жизни страны, юриспруденции, военному делу, искусству, системе образования, производству и производственным отношениям, быту, обычаям и традициям, и другие.

Новостной дискурс рассматривается не только как передача какой-либо определенной информации, но и с лингвокультурологической точки зрения как предмет для изучения культуры и языка народа. Так как новостной дискурс является одним из видов публицистического стиля, то это язык, который используют журналисты, политики, те люди, которые выступают на публике, и их речь должна быть, во-первых, понятной и доступной. Во-вторых, если они используют культурологические маркированные единицы, а именно фразеологизмы, географические названия, имена известных людей, цитаты и др., то эти единицы должны быть знакомы и читателям.

#### **Список использованных источников**

1. Бородько Д.А. Лингвистический статус новостного дискурса. 2012.
2. Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
3. Телия В.Н. Первоочередные задачи и методологические проблемы исследования фразеологического состава языка в контексте культуры // Фразеология в контексте культуры. М., 1999.
4. Томахин Г.Д. Реалии – американизмы. Пособие по страноведению. М.: Высшая школа, 1988.
5. Черкашина Н.В. Особенности дискурса региональных новостных интернет-порталов в освещении криминальных новостей // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: Сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф. 2006.