

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**АНАЛИЗ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ ОФОРМЛЕНИЯ
ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНТЕКСТА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ И
РУССКОЯЗЫЧНОМ НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
РАБОТЫ БАКАЛАВРА

Студентки 4 курса 413 группы
направления 44.03.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранный язык»
факультета гуманитарных дисциплин, русского и иностранных языков

Лысенко Марии Владимировны

Научный руководитель
заведующий кафедрой английского языка и
методики его преподавания
канд. пед. наук, доцент

20.05.2024
дата, подпись

Г.А. Никитина

Зав. кафедрой
английского языка
и методики его преподавания
канд. пед. наук, доцент

20.05.2024
дата, подпись

Г.А. Никитина

Саратов 2024 год

Введение. *Актуальность предпринятого исследования* определяется необходимостью дальнейшего развития такого направления лингвистики, как лингвокультурология, которая имеет огромное значение в процессе построения взаимопонимания народов и диалога национальных культур.

Объект исследования: средства массовой информации.

Предмет исследования: языковые средства создания лингвокультурного контекста в современных СМИ.

Цель исследования: выявление основных языковых особенностей создания лингвокультурного контекста в СМИ в русском и английском языках.

Задачи исследования:

- 1) изучить определение и основные характеристики лингвокультурологии;
- 2) выявить особенности создания и функционирования лингвокультурного контекста,
- 3) на основе анализа практического материала охарактеризовать языковые средства создания лингвокультурного контекста в СМИ на русском и английском языках.

Методы исследования. В работе используются описательный и сопоставительный методы, метод сплошной выборки, количественная обработка данных.

Методологическая и теоретическая база исследования. труды отечественных и зарубежных лингвистов таких как Д. С. Лихачев, В. Г. Гак, И. Р. Гальперин, Е. В. Мельникова, А. С. Павловская.

Материалы исследования. Новостные порталы российских и зарубежных СМИ: Смотрим.ру, Инженерная газета, Аргументы и факты, Комсомольская Правда, Московский Комсомолец, Трибуна хлебороба, МосПрирода, Гатчина24; Time, «Vanity Fair», Yahoo!.

Научная новизна исследования заключается в выявлении некоторых особенностей при выборе языковых средств создания лингвокультурного

контекста в современных русскоязычных и англоязычных новостных источниках.

Теоретическая значимость исследования заключается в изучении разных научных источников, где отражены культурные ценности.

Практическая значимость. Изучение источников СМИ, которые отражают культуру британцев.

Структура исследования: Настоящая работа состоит из введения, двух глав основного текста, заключения, и списка использованных источников.

Во введении обоснована актуальность исследуемой проблемы, сформулированы объект и предмет, определена цель, задачи и методы исследования.

В первой главе изучается понятие лингвокультурологии, ее становление и особенности. Также в ней рассматриваются лингвокультурологические единицы, создающие лингвокультурный контекст.

Во второй главе проводится анализ средств передачи лингвокультурного контекста в русскоязычном и англоязычном новостном дискурсе, а также сравниваются основные особенности создания лингвокультурного контекста на примере современных СМИ.

В заключении содержатся общие выводы, полученные в ходе исследования.

Основное содержание. В первой главе «Теоретическое исследование понятий лингвокультурного контекста и новостного дискурса в междисциплинарном ракурсе» дается понятие «лингвокультурология». Лингвокультурология – это наука, которая погранична между науками, изучающими культуру и филологию. Таким образом, мы видим, что лингвокультурология появилась на стыке таких наук как культурология и лингвистика.

Определена цель данной науки. Целью лингвокультурологии является описание взаимодействия языка и культуры через раскрытие содержания

языковых единиц, изучение их ассоциативных и словообразовательных связей, коннотаций, отраженных в сознании носителей языка.

Определен объект лингвокультурологии - язык и культура, то есть совокупность речевых действий и ситуаций, в которых проявляется культурно маркированный выбор языковых средств.

Определен предметом данной науки - взаимодействие языка и культуры.

Рассказывая про лингвокультурологию необходимо отметить какую роль играет концепт в данной науке.

Разнообразные толкования термина концепт позволяют сделать вывод о многомерности и многогранности данного понятия. Лингвокультурный концепт представляет менталитет, то есть описывает национальный характер. Этнос содержит в себе определенный концепт, что позволяет сопоставить культуры разных народов. Концепт - это целостное образование, способное пополняться, изменяться и отражать человеческий опыт.

Концепт не существует в сознании человека в виде определенных понятий, а возникает как синтез переживаний, ассоциаций представлений, образов, знаний. Концепты являются результатом синтеза жизненного опыта, традиций, ощущений, а также различных культурных факторов, таких, как религия, фольклор, идеология, психология, искусство, в силу чего они образуют своего рода культурный слой, служащий посредником между человеком и миром.

Таким образом, можно сделать вывод, что термин «концепт» вошел в понятийный аппарат лингвокультурологии.

Также в первой главе рассмотрено понятие «лингвокультуремы», так как при подробном рассмотрении лингвокультурологии необходимо также рассмотреть лингвокультурему.

Лингвокультурема отражает специфику и систематизацию реалий внутри класса предметов, соотнесенных с определенным знаком, следовательно, существует как единица смысла.

Изучение лингвокультурологии требует анализа культурных традиций, ценностей и норм, так как культурные традиции, ценности и нормы играют ключевую роль в формировании лингвокультурной общности и определяют специфику языковых явлений.

Следует отметить, что культура включает в себя менталитет. Таким образом, менталитет людей, проживающих в определенной стране, является следствием культурных ценностей, которые были заложены с детства или приобретены в связи с долгим проживанием в стране.

Менталитет — это особое сочетание психических свойств и качеств, определяющее характерные черты умонастроения и мировосприятия человека, социальной группы или отдельного народа.

Для каждого народа характерно определенное вербальное и невербальное поведение, которое отличает одну нацию от другой. Система устойчивых реакций на окружающую действительность определяется такими внешними факторами как климатические условия, а также внутренними, к которым относится система ценностей. Эти ценности находят свое отражение в менталитете, общественно-политической жизни, быте, языке и культуре каждой нации.

Место, а точнее, страна, в которой живет человек, влияет на формирование характера человека и менталитета народа. Например, англичане живут в вечно пасмурном царстве, что конечно оказывает влияние на характер жителей Великобритании.

Также в работе рассмотрено понятие «дискурс». Это процесс живого общения, для которого характерно множество отклонений от канонов письменной речи, таким образом для дискурса характерна спонтанность.

Главный признак, который отличает дискурс от языка и речи - это наличие социокультурного контекста

Особое внимание в работе уделяется новостному дискурсу. В новостном дискурсе существует ряд характерных черт и композиционных особенностей.

Первым компонентом представлен краткий анонс новостных материалов перед тем как перейти к сути новости. Особую роль конечно здесь играет новостной заголовок. Заголовок должен быть громким, четким, иногда интригующим читателя. Так же, когда говорим про новости, не стоит забыть, что при составлении новости есть еще такое понятие как «вводка». Вводка сообщает краткую информацию о содержании текста.

Далее выделяется Главное Событие, то есть категория, в которой осуществляется сообщение о новостном событии.

Завершающим является Фон, который является контекстом, предоставляющий информацию об описываемых событиях и вербальные реакции или комментарии, в которых содержатся выводы, прогнозы и любая другая информация, исходящая от самого автора.

Важным является то, что раньше исследование новостного дискурса осуществлялось с целью изучения составных частей коммуникативного процесса, то есть необходимо было изучение автора, адресата, сферы общения, намерений.

В настоящее время новостной дискурс широко представлен в Интернете. Новостной интернет-дискурс за короткое время успел приобрести собственные черты, отличные от презентации новостей в других источниках.

Новостной дискурс оптимально выполняет информативную функцию массовой коммуникации и реализует одну из основных функций языка. На семантическом уровне новостной дискурс характеризуется устойчивой макро-микроструктурой, отражающей тематические информационные потоки.

Эта структура включает в себя перечень тем, регулярно освещаемых СМИ, например, политика, экономика, бизнес, образование, спорт, культура. Важным элементом семантической макроструктуры является традиционное деление новостного дискурса на "внутренние новости" и "внешние новости", что отражает культурно-специфическое восприятие картины мира.

Синтаксическая лингвистика характеризуется наличием большого количества специфических структурных словосочетаний, а также значительного количества клише и тематических словосочетаний.

Новостной дискурс является важной частью культурно-идеологического контекста страны, и его значимость возрастает по мере воспроизводимости. Одной из основных характеристик новостного дискурса является его многослойность, состоящая из двух типов компонентов: смыслообразования и текстообразования.

Практическая часть исследования «Практический анализ языковых средств вербализации лингвокультурного контекста в новостном дискурсе» посвящена анализу языковых средств, которые способствуют оформлению лингвокультурного контекста в русскоязычном новостном дискурсе.

Первым был проведен лингвокультурологический анализ русскоязычного новостного дискурса. Общий объем проанализированного материала составляет 15 источников, включая 25 статей, за период с 2005 по 2024.

Рассмотрено использование фразеологизмов в русскоязычных газетах.

Например, в газете «Аргументы и факты» от 18.04.2014 сразу в названии статьи можно встретить фразеологизм: *«Путь к сердцу лежит через желудок»* (URL: https://aif.ru/health/mens_health/1151988?ysclid=luon3cxrxx115553442). Сердце имеет переносное значение «любовь», желудок подразумевает «вкусная пища». В статье поднимается тема должна ли девушка готовить в отношениях с мужчиной.

Иногда слова во фразеологизмах могут быть заменены словами, которые больше подходят к теме, но остаются такой же культурной единицей, так как понятны будет только жителям нашей страны.

Например, в газете «Комсомольская Правда» в статье «Жилье, бензин и водка станут еще дороже» от 05.01.2005 можно встретить измененный фразеологизм: *«спасайся кто может»* на более подходящий к теме данной

статьи «*запасайся кто может!*» (URL: <https://www.kp.ru/daily/23435/35635/?ysclid=luonpvurwh41431474>)

Суммируя полученные результаты, можно прийти к выводу, что наиболее популярным новостным источником, который употребляет пословицы и поговорки в своих статьях является источник – «Московский комсомолец». В данном источнике найдено 2 пословицы и поговорки.

Наиболее популярным новостным источником, который употребляет в своих статьях фразеологизмы является источник – «Комсомольская Правда». В данном источнике найдено 8 фразеологизмов.

Наиболее популярным новостным источником, который употребляет в своих статьях фразеологизмы с компонентом зоонимом является источник – «Аргументы и Факты». В данном источнике найдено 3 зоонима.

Наиболее популярным источником, который употребляет в своих статьях реалии является источник – «РиаНовости». В данном источнике найдено 2 слова реалии.

Таким образом, язык - это целый мир со своей собственной структурой, системой ценностей, проблемами и переживаниями. Фразеологизмы, пословицы и поговорки, делают речь более яркой, образной, насыщенной. Следует отметить, что многие русские пословицы и поговорки неоднозначны и их трудно интерпретировать, однако, в источниках СМИ допускается употребление пословиц и поговорок, чтобы поднять основную проблему в статье, отметить реакцию людей на определенное событие и так далее.

Потом был проведен лингвокультурологический анализ англоязычного новостного дискурса. Общий объем проанализированного материала составляет 10 источников, включая 26 статей, за период с 2006 по 2024.

Такое социальное явление, как семья, характеризуется не только внутрисемейными отношениями, но и общественно-экономическими, историческими, национальными и другими условиями. В семье выражается культурный смысл жизненных ценностей.

Британская культура относится к индивидуалистскому типу культур, в которой интересы индивидуума преобладают над интересами общества, тогда как в коллективистских культурах преобладает ориентированность на процветание общества. Представитель индивидуалистской культуры воспринимает себя обособленно и независимо от общества, человек из коллективистской культуры – как часть целого социума. Тем не менее, в ходе анализа англоязычных пословиц было выявлено небольшое количество единиц, выделяющих семью как высшую ценность:

«*There is no place like home*» (URL: <https://www.theguardian.com/books/2008/apr/13/poetry.features>): «Travel writing is always about how people take their homes away with them, about finding out whether *there is no place like home*...».

Данные примеры иллюстрируют трепетное отношение англичан к семье. Они видят в ней убежище от невзгод и несправедливостей окружающего мира, ценят сплоченные семейные отношения и превозносят кровное родство.

Что касается личных домов англичан, то они тоже обладают высокой ценностью среди жителей Великобритании.

Англичане очень любят место, где они проживают, встречаются с друзьями и так далее. Эту идею иллюстрирует пословица: «*An Englishman's home is his castle*» - Дом англичанина – его крепость воды (URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2010/jan/03/property-prices-house-building>). Данную пословицу можно встретить сразу в заголовке статьи.

Таким образом, мы видим, что даже в официальных новостных источниках Британцы могут использовать пословицы и поговорки, которые являются отражением культурных ценностей жителей данной страны.

Во многих английских пословицах находит отражение идея о доме, как о самом лучшем месте: «*Charity begins at home*» - Милосердие начинается дома (URL: <https://www.theguardian.com/society/2013/mar/19/uk-families-helped-by-save-the-children>). Данную пословицу можно встретить сразу в заголовке

статьи. Из данной статьи видно, жители Великобритании очень ценят свой домашний уют и даже подчеркивают это в прессе.

Одна из отличительных черт Британии — вежливость.

В современном английском языке преобладает большое количество устойчивых выражений, используемых для приветствий, торжеств, отказа, благодарности, прощания, извинения и т.д.

Носители английского языка будут использовать их в соответствующих речевых ситуациях автоматически.

Таким образом, Британцы очень уважают личные границы каждого человека, стараются их не нарушать: *«Think about the emotional state of a person when you say something to him»*.

Деньги - важная составляющая британской жизни и неотъемлемая часть повседневной жизни. Считается, что деньги будут править миром – *«Money makes the world go round»* (URL: <https://www.theguardian.com/global-development/2013/jan/30/uk-migrants-money-makes-world-go>).

Деньги и власть взаимосвязаны. Британцы считают, что власть не может существовать отдельно от денег. Британцы уверены, что деньги дают свободу и власть – *«Money is power»* (URL: <https://www.theguardian.com/politics/2014/feb/11/empowerment-big-word-ed-miliband>).

Британцы считают, что людям с деньгами позволено многое, но не все дозволено: *«The golden key can't open every door»* (URL: <https://www.theguardian.com/world/2012/feb/08/china-surrogate-mothers-year-dragon>).

Английская пословица ярко объясняет идею о том, что деньги не сами появляются, для того, чтобы деньги были, нужно работать: *«Money doesn't grow on trees»* (URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/cif-green/2009/nov/13/deforestation-rainforest-brazil>). Данная пословица применяется в самом заголовке статьи.

Британские пословицы используют лексику, которая активно отражает характер англичан в распределении ресурсного времени: *«Time is money»*

(URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/08/quiz-time-money-better-ben-ambridge>).

Суммируя полученные результаты, можно прийти к выводу, что наиболее популярным новостным источником, который употребляет пословицы и поговорки в своих статьях является источник – «The Guardian». В данном источнике найдено 11 пословицы и поговорки.

Наиболее популярный новостной источник, который употребляет в своих статьях фразеологизмы с компонентом зоонимом нельзя выделить, так как источниках «Daily Mail», «Barker's View», «Metro», «Fox Mews», «Pravda En» найдено по 1 фразеологизму с компонентом зоонимом.

Наиболее популярным источником, который употребляет в своих статьях реалии является источник – «Daily Mail». В данном источнике найдено 2 слова реалии.

Таким образом, видно, что материальные ценности занимают не последнее место в жизни англичан. Британцы понимают, что деньги открывают больше возможностей, способны сделать уровень жизни более успешным.

Культурные ценности находят свое отражение в лексике и поднимаются в таких важных темах как отношения в семье и доме, отражение вежливости, отношение к еде.

Культурные ценности закладывались в течении долгого времени и их анализ показал, что они совершенствовались, когда возникало какое-то новое явление.

Культурные ценности оказывают разное влияние на человека и имеют разное значение в жизни каждого человека. Одни люди придерживаются коллективных ценностей, другие люди поддерживают индивидуалистические ценности.

Заключение. Проведенное исследование позволяет сделать несколько основных выводов. Лингвокультурология возникла на пересечении ряда смежных наук. Главной особенностью лингвокультурологии является

исследование взаимодействия языка и культуры народа, выявление культурных особенностей этноса, что необходимо в современном мире межкультурного общения. Язык является одной из самых важных составляющих культуры, под лингвокультурой понимается культура, воплощенная и закрепленная в знаках языка, явленная нам в языке и через язык. Следовательно, языковые средства и явления могут обладать определенной лингвокультурной спецификой, что подразумевает отражение в них явлений национальной культуры, которые поддаются практическому выявлению и конкретному рациональному объяснению. Основным выводом по работе заключается в том, что национальная культура отражает исторически складывающееся мировоззрение народа, реализуемое в традициях, национальных реликвиях и получающее свое отражение в языке в различных формах.