

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ЕДИНИЦЫ
В ИНОЯЗЫЧНОМ ОБЩЕНИИ
(на материале заголовков «*The Economist*»)**

М. Н. Николаева

*Московский городской педагогический университет,
Малый Казенный пер., д. 5Б, 105064, Москва, Россия, nikolaevam@mgpu.ru*

Межкультурный аспект в обучении иностранным языкам предполагает ознакомление с национально-маркированными единицами культуры страны изучаемого языка, их освоение и применение в речи. В исследовании представлен анализ лингвистических и тематических особенностей лингвокультурных единиц, используемых в аутентичном материале заголовочных комплексов онлайн-издания «*The Economist*». В статье показано, что цель употребления лингвокультурных единиц связана с обозначением различных сторон жизни британского социума, политической системы и государственного устройства, литературы и искусства, народного творчества. В работе делается вывод о важной роли лингвокультурных единиц, используемых в аутентичном тексте, как средства расширения общекультурной эрудиции и формирования межкультурной компетентности, необходимой составляющей в обучении иноязычному общению.

Ключевые слова: лингвокультурные единицы; межкультурный аспект; иноязычное общение; заголовочный комплекс; аутентичный языковой материал; онлайн-издание; «*The Economist*».

**LINGUACULTURAL UNITS
IN FOREIGN-LANGUAGE COMMUNICATION
(on the material of headlines of «*The Economist*»)**

M. N. Nikolaeva

*Moscow City University,
Malyi Kazyonnyi Lane, 5B, 105064, Moscow, Russia, nikolaevam@mgpu.ru*

The cross-cultural aspect in foreign language teaching implies familiarization with nationally-marked cultural units of the country of the target language, their mastering and application in speech. The study analyses the linguistic and thematic features of linguacultural units used in the authentic material of the headline complexes of the online-edition of “The Economist”. The article proves that the purpose of using linguacultural units is connected with the reflection of various aspects of life in British society, its political system and state structure, its literature and art. The paper emphasizes the important role of linguacultural units, used in authentic text, as a means of expanding general cultural erudition and intercultural competence, the latter being a necessary component in teaching foreign language communication.

Keywords: linguacultural units; intercultural aspect; foreign language communication; headline complex; authentic language material; online-edition; «The Economist».

Не вызывает сомнения утверждение о том, что для успешного иноязычного общения недостаточно только знаний, связанных с особенностями правильного употребления единиц языковой системы в речи (соблюдение грамматических правил употребления слов, словосочетаний, устойчивых выражений и предложений, построение высказываний согласно принятому порядку расположения слов в них). Для межкультурного общения также важны знания о языке «как способе ознакомления обучающихся с новой для него действительностью, культурным богатством, социальными отношениями, устройством быта народа-носителя языка» [1, с. 135]. Все эти особенности иноязычной действительности могут быть выражены с помощью лингвокультурных единиц, используемых в коммуникации представителями той или иной национальной общности. Доказано, что «ни один народ не может существовать и развиваться изолированно от своих соседей, поэтому контакты между народами всегда были мощным стимулом формирования культур» [2, с. 5]

К лингвокультурным или национально-маркированным языковым единицам относятся «национальные реалии, т. е. слова и выражения, обозначающие предметы, понятия, ситуации, не существующие в практическом опыте людей, говорящих на другом языке» [3, с. 178], фразеологизмы с национально-культурным компонентом значения, прецедентные имена и др.

В наших ранних работах мы отмечали, что «национально-культурная специфика менталитета носителей разных языков получает экспликацию в различных дискурсах, в том числе массмедийном» [4, с. 404]. Аутентичные материалы массмедийного дискурса представлены разными источниками передачи информации: радио, телевидение, пресса, интернет. Периодическое онлайн-издание “*The Economist*”, являющееся одним из ведущих мировых информационных лидеров, публикует статьи, рассматривающие вопросы политики, экономики, бизнеса, образования и др., которые часто становятся предметом лингвистического исследования и учебным материалом в практике профессионально ориентированного иноязычного обучения.

Объектом исследования в данной работе выступают англоязычные заголовочные комплексы в статьях рубрики *Britain* онлайн-издания “*The Economist*”. Цель данного исследования заключается в выявлении и описании в заголовках языковых единиц, передающих лингвокультурную информацию. Как показывает практика иноязычного обучения, знание такой информации позволяет сформировать у изучающих иностранный язык межкультурную компетентность, избежать лингвистических конфликтов, обусловленных незнанием национально-культурной специфики используемые языковых единиц.

Заголовочные комплексы, состоящие из заголовка и подзаголовка, аутентичных массмедийных печатных и онлайн-ресурсов привлекают внимание как лингвистов, так и методистов. Заголовочный комплекс яв-

ляется «своеобразным элементом текста, имеющим двойственную природу» [5, с. 83]. С одной стороны, он воспринимается как автономная структура, способная существовать самостоятельно, вне зависимости от текста, а с другой, он — полноправный компонент целостного текста.

В выборе заголовка журналист руководствуется задачей привлечь внимание читателей, поэтому использует различные языковые средства с целью передать значительный объем информации в рамках ограниченного пространства. В семантической структуре заголовочных комплексов, как показывает анализ материала, среди других языковых средств присутствуют и лингвокультурные языковые единицы, обладающие «культурной памятью» и несущие культурную информацию. Как указывают исследователи, «культурная память языковой единицы способна помочь нам заглянуть как в далекое прошлое, так и увидеть степень развития культуры народа, говорящего на том или ином языке» [6, с. 16].

Лингвокультурные единицы в анализируемом нами материале связаны, в первую очередь, с обозначением реалий, таких как политические, военные, экономические и социальные учреждения и институты Великобритании, культурные и исторические факты. Если читатель плохо знаком с национально-культурной спецификой Великобритании, то понимание значения многих слов, словосочетаний и выражений может представлять для него трудность.

Так, в примерах (1—2) встречаются аббревиатуры *M25* и *M16*, которые можно ошибочно воспринять как однопорядковые реалии Великобритании, однако это не так. *M25* — это обозначение кольцевой автомобильной дороги длиной в 188 км, расположенной вокруг Лондона, а *M16* — это секретная разведывательная служба МИД Великобритании:

1) *Catching up on the capital (Britain's rental market is hotter outside the M25 than within it)* [7, p. 30]; 2) *Open book (China looms ever larger for British spies, says M16's chief)* [8, p. 28].

В США, напротив, эти омонимичные британским аббревиатуры *M25* и *M16* относятся к однопорядковым реалиям и обозначают вид огнестрельного оружия американских войск, например, *M16* — это американская штурмовая винтовка калибра 5,56 мм, разработанная и принятая на вооружение в США в 1960-х гг., а *M25* — это снайперская винтовка, разработанная для Сил специального назначения армии США и ВМС США.

В заголовках 3) *A Laborious read (The Shadow cabinet has written lots of books. Alas)* [9, p. 21] и 4) *Tory sleaze, again (The government has behaved disgracefully in protecting one of its MPs from justified censure)* [10, p. 51—52] встречаются британские реалии 'The Shadow cabinet' (теневой кабинет, группа высокопоставленных представителей, выбранных лидером оппозиции в качестве зеркального отражения кабинета министров в правительстве), и 'Tory' («тори», представитель британской Консервативной партии). Онлайн-словарь английского языка *Cambridge*

Dictionary приводит несколько значений слова '*Tory*', 1) представитель ведущей Консервативной политической партии Канады; 2) сторонник Британского правительства во время Американской революции (или Войны за независимость 1775—1783 гг.) [11].

В связи с выходом Великобритании из состава Европейского содружества в английском языке появились новые слова, фиксирующие специфику этого события. Во-первых, это известный неологизм '*Brexit*' и производное от него слово '*Brexit*eer', служащее для обозначения сторонника процесса выхода Великобритании из Евросоюза, и, во-вторых, слово '*Remainer*', обозначающее человека, не поддерживающего *Brexit* и считающего, что Великобритания должна была остаться в Евросоюзе [12]. Употребление этих слов наблюдается в заголовках: 5) *Portrait of a Brexit*eer (*The world according to Boris Johnson's pugnacious chief Brexit negotiator*)» [13, p. 29] и 6) *Remainers* (*Brexit is over. But many corners of Britain will be forever European*) [14, p. 25].

Прецедентные имена также относятся к лингвокультурным единицам, в частности имя '*Scrooge*', героя произведения «Рождественская песнь в прозе» Чарльза Диккенса. Это имя ассоциируется с бездушным и скардным дельцом. В заголовочном комплексе 7) *Scrooge-onomics* (*The inefficiencies of Christmas*) [16, p. 24—25] оно выступает компонентом окказионализма, образованного с помощью блендинга, слияния слова '*Scrooge*' и усеченной основы слова '*economics*' -*onomics*. Правильная интерпретация смысла вновь образованной языковой единицы возможна только с учетом знания лингвокультурной информации, актуализируемой в контексте заголовка.

Фразеологические единицы, к которым принадлежат устойчивые выражения, пословицы и поговорки, являются языковыми образованиями, чья лингвокультурная специфика может быть передана эксплицитно или имплицитно. Так, в заголовочном комплексе 8) *No place like home* (*Scotland, England and Northern Ireland are mixing less. That could weaken the bonds that unite the kingdom*) [17, p. 26] используется поговорка '*there's no place like home*' с измененной структурой, означающая 1) *to have an affinity for one's home over every other place*, 2) *to say that the home is the best place*, 3) *to say that one's home is beyond compare* [*theidioms.com*] (рус. нет места ближе, чем дом; дом — самое дорогое место; дом человека — вне сравнения). В заголовочном комплексе эта поговорка употребляется для выражения мысли, что Шотландия, Англия и Северная Ирландия, каждая в отдельности взятая, становятся все более независимыми друг от друга, в результате связи между ними ослабевают, что может отразиться на составе стран Соединенного королевства Великобритании.

В заголовочном комплексе 9) *Here comes the sun* (*The farms are getting bigger, and the objections louder*) [18, p. 21] содержится отсылка к прецедентному феномену, названию песни легендарной британской попгруппы

The Beatles “Here comes the sun” (рус. «Вот и солнце»). В отличие от содержания песни, в которой речь идет о восходе солнца, приносящим радость окружающим, в названии статьи в подзаголовке мысль о солнце, приносящим хорошее настроение, подвергается сомнению; заголовок начинает звучать иронично, имплицитно смысл о набирающих силу возражениях по поводу увеличивающегося количества сельскохозяйственных ферм, которым требуется больше солнечной энергии для производства продукции.

В заголовочном комплексе 10) *Dizzy rascal (Boris Johnson has far more in common with Disraeli than with Churchill)* [19, p. 26] заголовок ‘*Dizzy rascal*’ (рус. Головокружительный плут) обладает яркой выразительностью, эмоциональной окраской и негативной оценкой. Правильной интерпретации коннотации значения и смысла заголовка способствует знание информации, связанной с личностями британских политиков, бывших премьер-министров Великобритании, представленных именами Бориса Джонсона (2019—2022), Уинстона Черчилля (1940—1945 и 1951—1955) и Бенджамина Дизраэли (1868; 1874—1880). По мнению онлайн-издания “*The Economist*”, у Бориса Джонсона гораздо больше общего с Дизраэли, чем с Черчиллем. Для окончательного понимания смысла заголовка и выявления ассоциативных связей между политиками, нужно обратиться к различным историческим источникам, справочникам, энциклопедиям и словарям. Такой поиск дополнительной информации не является задачей данного исследования, однако подобное задание с последующей презентацией на английском языке полученных результатов можно предложить студентам, интересующимся политикой Великобритании.

Таким образом, аутентичный материал англоязычных заголовочных комплексов онлайн-издания “*The Economist*”, содержащих лингвокультурные языковые единицы, является эффективным средством в обучении иноязычному общению, позволяющим повысить как уровень общекультурной эрудиции, так и межкультурной компетентности.

Анализ лингвокультурных единиц в заголовочных комплексах онлайн-издания “*The Economist*” показал, что лингвистический статус таких единиц неоднороден и включает национальные реалии, прецедентные имена, антропонимы, аллюзии, фразеологические единицы. Что касается тематической специфики англоязычных лингвокультурных единиц в материале исследования, то они представлены такими сферами жизни социума Великобритании, как политика, государство, литература, песенный дискурс, народная мудрость.

Библиографические справки

1. Григорьева, Е. Я. Реализация лингвокультурологического подхода к преподаванию романских языков в системе подготовки магистратуры / Е. Я. Григорьева, Е. И. Черкашина // Рема. Rhema. — 2019. — № 3. — С. 133—147. (<https://doi.org/10.31862/2500-2953-2019-3-133-147>)

2. Межкультурная коммуникация в современном мире: монография / А. В. Жукоцкая [и др.]. — М. : МГПУ, 2018. — 100 с.
3. Нелюбин, Л. Л. Толковый переводоведческий словарь / Л. Л. Нелюбин. — 3-е изд., перераб. — М. : Флинта ; Наука, 2003. — 320 с.
4. Николаева, М. Н. Межкультурный аспект лингвистического анализа текстов современных британских газет / М. Н. Николаева // Диалог культур. Культура диалога: в поисках передовых социогуманитарных практик: материалы Первой международной конференции, Москва, 14—16 апр. 2016 г. / Под общ. ред. Е. Г. Таревой, Л. Г. Викуловой. — М. : Языки народов мира, 2016. — С. 404—408.
5. Николаева, М. Н. Лингвистические особенности англоязычных газетных заголовков с ономастическими фразеологизмом / М. Н. Николаева // Вестн. Москов. междунар. акад. — 2016. — № 1. — С. 82—87.
6. Авербух, К. Я. Культурная память слов как проявление языковых знаний о мире / К. Я. Авербух, Л. Г. Попова, Л. М. Шатилова // Инновационное развитие науки и образования: монография / под общ. ред. Г. Ю. Гуляева. — Пенза : Наука и Просвещение, 2018. — С. 15—22.
7. Catching up on the capital (Britain's rental market is hotter outside the m25 than within it) // The Economist, Dec. 4, 2021. — p. 30.
8. Open book (China looms ever larger for British spies, says mi6's chief) // The Economist. — 04.12.2021. — P. 28.
9. A Laborious read (The shadow cabinet has written lots of books. Alas) // The Economist. — 29.04.2023. — P. 21.
10. Tory sleaze, again (The government has behaved disgracefully in protecting one of its mps from justified censure) // The Economist — 06.11.2021. — P. 51—52.
11. Tory [Electronic resource] // Cambridge Dictionary. — Mode of access: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/tory>. — Date of access: 18.09.2023.
12. Oxford Languages and Google [Electronic resource]. — Mode of access: <https://languages.oup.com/google-dictionary-en/>. — Date of access: 19.09.2023.
13. Portrait of a Brexiteer (The world according to Boris Johnson's pugnacious chief Brexit negotiator) // The Economist. — 04.12.2021. — P. 29.
14. Remainers (Brexit is over. But many corners of Britain will be forever European) // The Economist. 09.01.2021. — P. 25.
15. Scrooge-onomics (The inefficiencies of Christmas) // The Economist. — 24.12.2022. — P. 24—25.
16. No place like home (Scotland, England and Northern Ireland are mixing less. That could weaken the bonds that unite the kingdom) // The Economist. — 13.02.2021. — P. 26.
17. Here comes the sun (The farms are getting bigger, and the objections louder) // The Economist. — 20.02.2021. — P. 21.
18. Dizzy rascal (Boris Johnson has far more in common with Disraeli than with Churchill) // The Economist. — 27.03.2021. — P. 26.