

## **Результаты эмпирического исследования безэквивалентной лексики в американской периодической печати**

**Головки Николай Вячеславович**

*студент*

*Ставропольский государственный университет, Ставрополь, Россия*

*E-mail: nvgolovko@inbox.ru*

При сопоставлении языков и культур выделяются элементы совпадающие и несовпадающие. Будучи компонентом культуры, язык в целом относится к элементам несовпадающим. Чем самобытнее сравниваемые языки, чем меньше в их истории было культурных контактов, тем меньше у них точек соприкосновения, тем более разнятся они в целом и поэлементно. К несовпадающим элементам относятся, прежде всего, предметы, обозначаемые безэквивалентной лексикой, и коннотации, присущие словам в одном языке и отсутствующие или отличающиеся в словах другого языка.

Реалии – это названия предметов материальной культуры, фактов истории, государственных институтов, имена национальных и фольклорных героев, мифологических существ и т.п., присущие только данной нации или народу. При сопоставлении языков слова, обозначающие такие явления, относят к безэквивалентной лексике, т.е. 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. При сопоставлении языков и культур можно выделить расхождения означаемых (инореалии) и означающих (иноформы). Реалии может быть присущ национальный (местный), исторический, временной колорит. Среди языковых реалий выделяются историзмы и неологизмы. К числу реалий в лингвострановедении относят ономастические реалии, реалии, обозначаемые апеллятивной лексикой, цитаты, крылатые слова и выражения (реалии афористического уровня).

Изложение базовых представлений о языковых реалиях предоставляет возможность выхода на практическое рассмотрение языковых реалий в их непосредственном употреблении в художественной литературе и периодической печати США, что и представлено в данной работе.

Цель нашего исследования состоит в изучении представленности языковых реалий в американской литературе и периодической печати, а также интерпретации полученных данных с точки зрения взаимозависимости массовой доли реалий и типа издания. Данное исследование является актуальным, так как в современном обществе важную роль играет взаимодействие народов и культур, в связи с чем возникает насущная потребность в изучении языковых средств репрезентации культуры.

Для исследования данного вопроса нами были привлечены материалы десяти наиболее популярных сетевых версий американских газет. Согласно рейтингу популярности ресурса Россия-Онлайн (ROL), по состоянию на конец 2005 г. самой популярной среди пользователей Интернета оказалась сетевая версия газеты The New York Times. В октябре 2005 г. сайт издания посетили 11,4 миллиона пользователей. USA Today читали в Интернете 10,4 миллиона уникальных посетителей, у Washington Post набралось 8,1 миллиона читателей. LATimes.com и SFGate.com замыкали пятерку самых популярных сайтов и имели по 3,9 миллиона посетителей каждый. В десятку самых популярных среди пользователей Интернета газет вошли Boston Globe, New York Daily News, Wall Street Journal, Houston Chronicle и Chicago Sun-Times. Как можно видеть из данного списка, рейтинг неоднороден по составу представленных в нем изданий. Данное обстоятельство позволило нам произвести сравнение интенсивности употребления реалий в изданиях разных типов. В нашем исследовании мы использовали девять из десяти упомянутых в рейтинге изданий. Из исследования было исключено издание Boston Globe в силу того, что доступ к онлайн-материалам данного издания

предоставлялся только зарегистрированным подписчикам газеты.

Наибольшей массовой долей реалий в текстах статей характеризуются издания USA Today, SFGate и Chicago Sun-Times – 2,9%, 2,4% и 2,4% соответственно. Наименьший процент характерен для изданий The New York Times и Washington Post – 1,4% и 1,5% соответственно. Промежуточную позицию занимают Los Angeles Times (2,3%), Wall Street Journal (2,1%), Houston Chronicle (2%) и New York Daily News (1,9%).

Следует констатировать, что наибольший процент реалий в текстах статей характерен для изданий-таблоидов, наименьший – для официальных изданий, промежуточную позицию занимают издания смешанного типа. Данный факт достаточно легко объясним характером публикаций данных изданий. Несмотря на то, что абсолютное большинство статей имеет общественно-политическую тематику, издания официального типа допускают значительно меньший процент использования языковых символов американской лингвокультуры, нежели таблоиды. Смешанные издания занимают промежуточные позиции, сочетая официальные материалы с материалами развлекательного характера.

Исключением из полученной статистики может представляться издание Wall Street Journal, являющееся официальным, но в то же время имеющее относительный процент реалий выше определенных изданий смешанного типа. В данной ситуации представляется необходимым обратить внимание на достаточно низкий объем статьи, обуславливающий высокую плотность реалий. Кроме того, при сравнении общего количества реалий на одну статью линия тренда не нарушается.

Наш анализ показывает наличие весьма высокого процента безэквивалентной лексики в текстах публикаций наиболее популярных американских периодических изданий. Выявленные реалии относятся преимущественно к общественно-политической сфере, что позволяет говорить о популярности главным образом материалов политического содержания. Наибольший процент реалий характерен для изданий-таблоидов, наименьший – для официальных газет, промежуточный уровень представлен изданиями смешанного типа. Отсюда следует вывод, что тексты, предназначенные для публикации в изданиях преимущественно развлекательного характера, содержат большее количество культурно окрашенной лексики, нежели тексты официальных изданий.

Работа характеризуется теоретической и практической ценностью, так как представляет оригинальное исследование использования реалий в периодической печати и может быть использована в процессе учебной деятельности. Полученные нами данные могут использоваться для оценки массовой доли культурно окрашенной лексики в текстах американских газет, а также преобладающей тематики ключевых материалов американских периодических изданий.

#### **Литература:**

1. Тодоров Ц. Теории символа / Перевод с французского Б. Нарумова. – М., 1998.
2. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. – М., 1982.
3. Гальскова Н.Д., Гез Н.И. Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика: Учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений. – М., 2004.
4. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М., 2001.
5. Томахин Г.Д. Реалии – американизмы. Пособие по страноведению. – М., 1988.
6. Кодухов В.И. Общее языкознание. Учебник для студентов филол. специальностей ун-тов и пед. ин-тов. – М., 1974.