

НАЦИОНАЛЬНО-МАРКИРОВАННАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТАХ РОССИИ

Статья посвящена анализу национально-маркированной лексики в англоязычных публикациях российских СМИ. Семантические средства репрезентации национальных особенностей рассматриваются как способ сохранения русского культурного контекста при иноязычном описании культуры и классифицируются по принципу национальной уникальности.

Ключевые слова: национально-маркированная лексика, иноязычное описание культуры, английский язык России.

В. В. Кабакчи неоднократно указывал, что «ни один язык, менее всего международный, не может замыкаться исключительно рамками внутренней культуры и вынужден, хотя и в меньшей степени, обращаться и к тематике внешних культур. Ориентация языка в сферу иноязычных внешних культур – это его вторичная культурная ориентация» [1, с. 52]. Согласно данной концепции, при англоязычном описании русской культуры используется английский язык межкультурного общения, ориентированный в область русской культуры. Тексты СМИ относятся к одному из типов иноязычного описания культуры при письменном общении [1, с. 54]. Статьи русскоязычных журналистов на английском языке (оригинальные либо переведенные на английский язык), опубликованные в российских газетах, представляют собой богатый источник для изучения семантических способов описания родной культуры средствами иностранного языка. В качестве материала настоящего исследования были выбраны публикации онлайн-газет Russia Now, Russia beyond the headlines, Pravda, The Moscow News, The Moscow Times.

Исследователи языка СМИ постулируют, что текст массовой информации создается на основе перевода коммуникативного намерения (интенции) в коммуникативную деятельность [2, с. 9]. «Предметом текстовой деятельности в данном случае является не смысловая информация вообще, а смысловая информация, цементируемая конкретным замыслом, коммуникативно-познавательным или коммуникативно-побудительным намерением. Большую роль при этом играют фоновые знания получателя информации, являющегося членом конкретной государственно-коммуникативной общности, носителем определенной культуры» [2, с. 10; 3].

Известно, что национальное самосознание включает в себя не только осознание членами общности своего единства на основе принадлежности к нации, но также систему оценок, суждений, взглядов представителей данной нации на мир и на свою общность как на часть этого мира [4, с. 106], которая создается и поддерживается, в том числе, посредством СМИ. М. Н. Володина так описывает роль масс-медиа в формировании национального

менталитета и культурного самосознания: «Информируя человека о состоянии мира и заполняя его досуг, СМИ оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня» [2, с. 10]. По нашему мнению, это утверждение справедливо в первую очередь для внутринациональных СМИ, ориентированных на читательскую аудиторию своей страны. Воздействие через медиа-тексты на человека с иными фоновыми знаниями, культурными доминантами и ценностными ориентирами будет ослаблено, а в некоторых случаях – невозможно. В этой ситуации потребуются дополнительные усилия и специально отобранные языковые средства для перевода коммуникативной интенции в успешную коммуникативную деятельность с соответствующим коммуникативным эффектом. Вопрос формирования подобной интенции и ее целенаправленного оформления потребует комплексного многоаспектного исследования специалистов в области массовой коммуникации, психологии, социологии, политологии и пр. В рамках настоящего исследования установлены лексические средства трансляции национальной культуры в процессе межкультурной коммуникации, инструментом которой в данном случае являются англоязычные газеты России.

В ходе анализа практического материала, т. е. текстов англоязычных публикаций российских онлайн-газет, установлены следующие лексические инновации русской разновидности английского языка: заимствования, семантические трансформации (переосмысление значений) и новая сочетаемость лексических единиц английского языка под влиянием русского языка и/или национальных особенностей мышления. Национально-маркированная лексика, ставшая предметом рассмотрения в данной статье, была представлена рядом заимствований разного рода.

С точки зрения способа появления в принимающем английском языке заимствования представляли собой как семантические и структурные кальки лексических единиц русского языка, так и их транскрипции / транслитерации.

Отечественные лингвисты по-разному детерминируют культуроспецифичную лексику, описывая

ее как культурно-маркированную лексику, лексику с национально-культурным компонентом, культурологически значимую лексику, культурозначимые слова и др. Считая данные терминологические сочетания достаточно близкими по значению, мы применяем их в данной работе недифференцированно.

М. Г. Яшина предлагает методику рассмотрения культурно-маркированной лексики, под которой понимает реалии (лексемы, называющие предметы или явления одной культуры, не существующие в других культурах) и фоновую лексику (слова, денотаты которых существуют в различных культурах, но культурный фон которых совпадает не полностью) [5].

Исследуя русскую лексику на страницах англоязычной прессы, издаваемой в России, Н. П. Ясиненко отмечает, что в настоящее время для иностранцев, живущих в нашей стране, русское слово может обладать большей социальной и психологической значимостью по сравнению с английским аналогом, что делает его более популярным в ряду тематически близких слов из английского языка [6, с. 14]. Это относится к публикациям англоязычных журналистов, работающих в России, однако данное объяснение можно применить и к распространенности заимствований из русского языка в английских текстах русскоязычных авторов. Кроме того, релевантным для описания таких инноваций английского языка РФ, как заимствования словарных единиц русского языка, будет и положение о том, что культуроспецифическая лексика, призванная наиболее полно отразить национальный колорит, а потому включаемая в речь на английском языке, представлена а) безэквивалентной лексикой, б) фоновой лексикой (знаниями), в) лакунами, г) прецедентными текстами (имя, феномен), д) реалиями, е) коннотативной лексикой [6, с. 15].

Приведенная выше детальная классификация культуроспецифической лексики Н. П. Ясиненко была подвергнута некоторой трансформации, так как, по нашему мнению, лакуны и реалии следует рассматривать в составе безэквивалентной лексики наряду с топонимами и антропонимами. Соответственно, были выделены следующие группы заимствованной лексики русского языка по принципу национально-культурной уникальности:

- 1) безэквивалентная лексика: лакуны и реалии;
- 2) фоновая лексика;
- 3) прецедентные тексты;
- 4) коннотативная лексика.

Данная классификация перекликается с концепцией культурологического контекста, описанной Т. Г. Добросклонской в работе «Вопросы изучения медиа-текстов» [7, с. 203], где называются следующие уровни:

– денотативный, когда культурозначимые сведения выражены в прямой эксплицитной форме;

– коннотативный, на котором культурная специфика содержится в экспрессивно-эмоционально-оценочных обертонах;

– ассоциативный, когда культурная специфика представлена в ассоциативных связях лексических и фразеологических единиц;

– метафорический, который объединяет культуроспецифические сведения, отраженные в метафорах, сравнениях и образах, присущих тому или иному языковому коллективу.

Нетрудно заметить, что денотативный уровень связан с использованием безэквивалентных единиц, коннотативный предполагает обращение к коннотативной лексике, а ассоциативный уровень культурологического контекста может выстраиваться с помощью фоновой лексики и прецедентных текстов. Мы считаем важным добавить метафорический уровень, предложенный Т. Г. Добросклонской, к классификации культуроспецифической лексики в качестве пятой группы, обозначив метафоры, сравнения и другие семантико-стилистические средства, обладающие национально-культурным компонентом, как «тропы». Таким образом, дополненная и трансформированная классификация культуроспецифических лексических единиц-русизмов в англоязычном дискурсе российских СМИ будет включать следующие группы: 1) безэквивалентная лексика: лакуны и реалии; 2) фоновая лексика; 3) прецедентные тексты; 4) коннотативная лексика; 5) тропы.

Рассмотрим выделенные группы культурно-маркированной лексики подробнее.

1. **Лакуны** традиционно понимаются как отсутствие однословного наименования для того или иного концепта, номинируемого в языке расчлененно, описательно [8, с. 13]. По наблюдениям З. Г. Прошиной, в межъязыковых отношениях процесс заполнения лакун, или делакунизация, происходит несколькими способами: путем прямого заимствования иностранных слов, либо калькирования, создания полукалек, фразеологизированных лжезаимствований и терминизированных словосочетаний [9, с. 164]. Таким образом, в английском языке россиян происходят инновационные процессы, результатом которых является появление новых лексических единиц.

В концепции иноязычного описания культуры В. В. Кабакчи [10] традиционные **языковые реалии** разграничиваются с точки зрения языка, на котором осуществлена номинация элементов культуры. В его представлении языковые реалии делятся на исходные наименования специфических элементов культуры, *идионимы* (*Москва, царь, старовер*) и наименования элементов иноязычных («внеш-

них») культур, *ксенонимы* (от греч. «ксенос», иностранский); в данном случае англоязычными ксенонимами-русизмами будут, соответственно, *Moscow, tsar, Old Believer* [1, с. 53]. Согласно данной теории, предоставляющей удобный инструментарий для исследования текстов англоязычных газет России, языковые реалии в нашем материале представляют собой англоязычные ксенонимы-русизмы, денотативное значение которых не входит в рецептивный фонд получателя, незнакомого с российской социокультурной действительностью и языковой картиной мира россиян.

В статьях, отобранных для настоящего исследования, нерусскоязычные журналисты использовали, в частности, следующие исторические и современные ксенонимы: *gulag prisoners, the NKVD* (The Moscow Times), *the marshrutka, grechka* (The Moscow News). Очевидно, что ряд ксенонимов является частью словарного состава английского языка стран внутреннего круга, войдя в него в виде заимствований в предыдущие исторические периоды. К таким заимствованным словарным единицам относится, например, *perestroika* (Russia Now). Зарубежные журналисты, пишущие о России, широко прибегают к заимствованию культурно-детерминированной безэквивалентной лексики русского языка для сохранения контекста русской культуры в английском языке.

Функции русских слов-реалий в публикациях российских авторов на английском языке совпадали с целями их использования иностранными журналистами. Например:

The winter holidays are barely over and already there's another slew in the offing: Men's Day (Feb. 23), Women's Day (March 8), Valentine's Day and, of course, *Maslenitsa* – a week of merrymaking and pancake eating ahead of Lent (Russia beyond the headlines).

Ксеноним *Maslenitsa* употреблен в контексте описания популярных в России праздников и не может быть равноценно заменен аналогом *Shrovetide*, поскольку различаются как их денотаты (“*Shrovetide*” – три дня исповедей перед постом у англиканцев и католиков, “*Maslenitsa*” – языческий праздник, который позднее стал ассоциироваться с недельной подготовкой к посту у православных христиан), так и коннотативные значения (“*Shrovetide*” связан с серьезным приготовлением к посту в виде покаяния в грехах, а “*Maslenitsa*” – с народными гуляньями и весельем). Пояснение, предложенное автором, позволяет, хоть и не в полной мере, раскрыть значение ксенонима в языковой картине мира россиян.

Подобным образом использовались и другие заимствованные единицы: *The Tsarist Army, Ivanushka the little fool* (Russia beyond the headlines), *dacha*

(Pravda) и др. – как с пояснениями, так и без.

Широкий ряд транслитерированных/транскрибированных русизмов и полукалек использовался всеми изданиями без дополнительной экспрессивной функции, а исключительно для именованя объектов российской политики, экономики, топонимики, вооружений и др.: *Triumfalnaya Ploshchad, Krasny Oktyabr, Chaika* (The Moscow Times); *Topol-M, Novo-Ogarevo, Gorbushka, Akula* (Pravda); *Murziki* (Russia beyond the headlines), *Rossiyskaya Gazeta, EGE* (Russia Now) и многие другие.

Заимствования в виде структурных калек (сочетаний, поэлементно переведенных с русского языка) в основном номинируют русские эргонимы, государственные структуры и общественно-политические объединения, объекты архитектуры и др.: *the Council on Foreign and Defence Policy, Federal Protection Service* (The Moscow News); *Blue Berets* (The Moscow Times); *Worker and Collective Farm Girl, Parks of culture and leisure, Public Chamber* (Russia beyond the headlines); *Center for Analysis of the Global Arms Trade, the local Lame Horse night club, United Civil Front* (Pravda) и др.

В других случаях с помощью калькирования в русскую разновидность английского языка входила культуроспецифическая лексика, примеры которой мы прокомментируем согласно предложенной выше классификации.

2. А. В. Фёдоров определяет **фоновые знания** как социокультурные сведения, характерные лишь для определенной нации, освоенные большинством ее представителей и отраженные в языке данной национальной общности [11, с. 131]. Фоновые знания составляют прошлое и настоящее народа, его взгляды на мир, обычаи и традиции, достижения в области экономики, политики, культуры, архитектуры и т. д. Фоновая лексика характеризуется тем, что большинство слов обладает своим лексическим фоном, который отличается от его аналога в иностранном языке [12, с. 79].

По нашему мнению, лексический фон выражений “*blood ties*” и “*Chechen crisis*” в статье о терактах в Дагестане (Russia Now) делает их специфичными для английского языка России:

The Russian government at least attempted to interpret the “*Chechen crisis*” and place it in a certain context, the recent occurrences in Dagestan are not getting any systematic evaluation at all.

Additionally, “*blood ties*” do not always play a crucial role in Dagestan.

В приведенных контекстах фоновые знания русскоязычного читателя, заключающиеся в его взглядах на проблему военного сопротивления в кавказских республиках, будут расходиться с восприятием зарубежных адресатов. Для россиян «*чеченский кризис*» – это кровопролитная война, чу-

довищные по жестокости теракты, а для англоязычного читателя – прежде всего политическое противостояние кавказской республики и федерального центра. Не случайно зарубежная пресса именовала террористов «повстанцами». Словосочетание “*blood ties*” («*кровные узы*»), значение которого не комментируется в тексте статьи, также наполнено фоновыми знаниями для реципиента-россиянина, в которые входит стереотипное представление о высокой ценности родственных связей для кавказцев и готовности мстить за несправедливость по отношению к членам семьи.

Анализ данных примеров показывает, что фоновая лексика обладает коннотативным значением, которое актуализируется лишь при условии сопровождения комментарием.

3. По справедливому замечанию М. Г. Яшиной, значение **прецедентной лексики** и содержания, которое она в себе заключает, чрезвычайно важно: «Именно знание этого лексического пласта иностранного языка позволяет понимать юмор его носителей, газетные тексты, подтекст в ситуациях межличностной коммуникации, а значит, удачно общаться с представителями другой культуры» [5, с. 14]. Национально-специфические знания, присущие конкретному лингвокультурному сообществу и отличающие его от остальных народов, выражаются в языке посредством так называемых прецедентных феноменов. Понятие прецедентности текста было предложено Ю. Карауловым. К прецедентным он относит тексты «1) значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношении; 2) имеющие сверхличностный характер, т. е. хорошо известные широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников; 3) обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [13, с. 216]. В широкое понимание прецедентности включаются языковые клише и штампы разного уровня, стереотипы, фрейм-структуры и тому подобные единицы [12, с. 82]. Прецедент в данном значении представляет собой определенный «стереотипный образно-ассоциативный комплекс» [14, с. 30], значимый для определенного социума и регулярно актуализирующийся в речи представителей этого социума. Как пишет Д. Сиджимова, «прецедентный текст хорошо знаком любому члену лингвокультурного сообщества, в когнитивную базу входит инвариант его восприятия, обращение к нему многократно возобновляется в процессе коммуникации через связанные с этим текстом высказывания и символы» [12, с. 83].

Прецедентные тексты в публикациях российских онлайн-газет на английском языке передают особую атмосферу причастности к жизни российского общества, позволяют создать пред-

ставление о национальном характере и менталитете россиян. Путем ассоциаций в сознании посвященного читателя вызывается комплекс оценочных суждений, связанных с тем или иным текстом, закрепленным в его памяти. Например:

The president and his advisors will no doubt be hoping that we can avoid that well-known saying of ex-premier Viktor Chernomyrdin’s: “*We wanted the best, but it turned out like always*” (The Moscow News).

Выделенный прецедентный текст цитирует известное высказывание Виктора Черномырдина, бывшего премьер-министра России. Фраза приобрела ироничный оттенок и описывает российскую действительность и ментальность в целом. В англоязычном тексте, на наш взгляд, прецедентный текст теряет закрепленные за ним коннотации при отсутствии комментария о его оценочном содержании. Компенсировать потерю позволяет более широкий контекст статьи. Интересно, что эта популярная фраза стала объектом внимания известного переводчика и журналиста Павла Палажченко, ведущего рубрику “*Found in Translation*” (Russia beyond the headlines). Все издание в целом призвано более полно и адекватно представить Россию и россиян мировому сообществу, однако данная рубрика, как и раздел “*Surprised by Russia*”, предлагает глубокое погружение в особенности национального характера и мышления через реалии и лингво-прагматические особенности русского языка. Ср.:

Former prime minister Victor Chernomyrdin’s quip which I translated as “*We tried our best, you know the rest*” (literally it would be more like “we wanted to make it better but it came out as always”) is known to every Russian.

Как и в первом примере (The Moscow News), автор следующего материала указывает источник прецедентного текста, но, в отличие от предыдущего, раскрывает значение аллюзии с помощью комментария:

As an old Soviet song goes, Victory Day is “*a celebration with tear-stained eyes,*” and its spirit will be both festive and somber in nature (Russia beyond the headlines).

Другие примеры прецедентных текстов включали цитаты известных песен, фильмов, книг, причем в случае “*Russia beyond the headlines*” – с обязательным указанием источника и комментарием как денотативного значения, так и связанных с ним коннотаций:

According to Ogonyok, the movement was born from a “*spark*” (Pravda).

Just one film – *The White Sun of the Desert*, a story of early Soviet years in Central Asia – contains half a dozen gems, including “*Za derzhavu obidno*” (“*I hurt*

for my country”) and “Vostok delo tonkoye” (“*The East is tricky*”). To Russians, these phrases mean a lot more than what’s on the surface. The first implies a somewhat resigned sense of hurt national pride, and the second a healthy respect, coupled with a little irony, for “the eastern mindset” (Russia beyond the headlines).

Dostoevsky once said: “*For happiness a man needs as much happiness as unhappiness.*” One gets the impression that most Russians always have this ratio in mind and try to be philosophical about life’s difficulties (Russia beyond the headlines).

Подтексты, ассоциации и коннотации, связанные с прецедентными текстами, включаемыми в русскую разновидность английского языка, могут вызвать затруднения в понимании представителями других наций. Однако их роль в качестве экспрессивно-эмоциональной составляющей речи, в особенности публицистического стиля, настолько важна, что скорее следует принять меру для обеспечения понимания в процессе межкультурной коммуникации при помощи развернутого лингвострановедческого комментария, чем отказаться от использования заимствованных клише, аллюзий, цитат.

4. Культурные представления россиян, связанные с фоновой лексикой и прецедентными текстами, отличаются от тех, которые возникают у иностранцев при обращении к словам, являющимся формальными эквивалентами единиц с национально-культурной семантикой. Это приводит к различию **культурных коннотаций** английских слов в сознании носителей английского языка, не знакомых с российской действительностью, и тех, кто использует русскую разновидность английского языка.

Каждый из рассмотренных выше прецедентных текстов насыщен культурными коннотациями. В качестве дополнительного примера обратимся к следующему:

From behind the Iron Curtain came half-mythical rumors about 30 different kinds of sausage in the shops and other boons of Western civilization (Russia beyond the headlines).

Автор использует известный «полумиф», существовавший в советские времена о продуктово-изобилии на прилавках западных магазинов, связанный с целым спектром эмоций и оценок – от недовольства дефицитом в СССР и восхищения возможностями, открывающимися за рубежом, до патриотических чувств, заставляющих любить родину со всеми ее недостатками, поскольку «мы впереди планеты всей», и ненавидеть Запад с его «загнивающим капитализмом». Лексический эквивалент русских единиц, номинирующих данный «миф», не способен передать их культурные коннотации, поэтому они будут утеряны в процессе межкультурной коммуника-

ции посредством англоязычных газет. Как и в случае передачи других групп фоновой лексики, для компенсации потери необходим лингвострановедческий комментарий либо более широкий контекст. Статьи, нацеленные на приближение российской действительности к международной читательской аудитории, используют эти приемы восстановления коннотаций и национального компонента лексики.

5. Тропы, т. е. средства образного выражения национально-культурных особенностей, широко применяются журналистами для привлечения внимания читателей (когда выносятся в заголовок или подзаголовок) для эмоциональной передачи специфических ситуаций или обстоятельств, типичных для данного социума, для экспрессивного выражения оценки того или иного события, описанного в материале, или его героя.

В переводе статьи российского журналиста была использована структурная калька разговорной метафоры русского языка:

Strollers do not fit in elevators; moms have to walk on the road maneuvering between cars and remove “dog mines” from clothes and shoes with their hands (Pravda).

В данном случае речь идет о специфичном для русских дворов и парков явлении, связанном с тем, что владельцы собак не убирают за своими питомцами. Реципиент столкнется сразу с двумя проблемами: незнакомой ситуацией и ее вербализацией с помощью образного выражения. Именно поэтому издания, изначально ориентированные на зарубежного читателя (The Moscow News, The Moscow Times, Russia Now, Russia beyond the headlines), не использовали национально-маркированные тропы без соответствующего комментария, эксплицирующего их значения. Однако, поскольку публикации Pravda.ru в большей степени являются переводом исходных русскоязычных статей, они становятся источниками подобных инноваций русской разновидности английского языка.

Понимая прецедентность в широком смысле, узнаваемые, типичные метафоры можно также считать относящимся к прецедентным текстам.

В результате отбора культурно-маркированной лексики в текстах англоязычных СМИ России, заимствованной из русского языка в виде транскрипций и транслитераций русских слов, выяснилось, что она широко применяется не только российскими, но и зарубежными журналистами, живущими в России и имеющими представление о социокультурной действительности страны. В терминах В. В. Кабакчи, в данном случае англоязычный дискурс российских СМИ, представляет собой английский как язык межкультурного общения, ориентированный в область русской культуры.

Основной функцией лексических инноваций в англоязычных текстах российских СМИ является сохранение контекста русской культуры в английском языке путем передачи значений, смыслов, коннотаций, ценностных категорий, несоответствующих

в представлениях разных наций об одних и тех же или сходных объектах действительности.

НИИР проводится в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы.

Список литературы

1. Кабакчи В. В. Типология текста иноязычного описания культуры и инолингвокультурный субстрат // Лингвистика текста и дискурсивный анализ: традиции и перспективы. СПб.: СПбГУЭФ, 2007. С. 51–70.
2. Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание язык // СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб. пос. М.: Изд-во МГУ, 2003. С. 9–13.
3. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации // Проблемы социопсихологии. М.: Наука, 1984. 268 с.
4. Андреева Т. Л. Религиозная составляющая национального самосознания // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2006. № 4 (55). С. 105–110.
5. Яшина М. Г. Анализ и семантизация культурно-маркированной лексики (на материале итальянского языка): автореф. ... канд. филол. наук. М., 2009. 20 с.
6. Ясиненко Н. П. Русская лексика на страницах англоязычной прессы, издаваемой в России: культурологический аспект: дис. ... канд. культурологии. М., 2005. 191 с.
7. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. М.: МГУ, 2000. 240 с.
8. Быкова Г. В. Феноменология лексической лакунарности русского языка. Благовещенск, 2001.
9. Прошина З. Г. Делакунизация и опосредованная картина мира // Лакуны в языке и речи: сб. науч. тр. Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2003. С. 164–169.
10. Кабакчи В. В. Основы англоязычной межкультурной коммуникации. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 1998. 232 с.
11. Фёдоров А. В. Основы общей теории перевода. М., 1983. 303 с.
12. Сиджимова Д. Анализ рекламного текста в условиях межкультурной коммуникации // Болгарская русистика. 2004. № 3–4. С. 77–84.
13. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 261 с.
14. Телия В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте. М., 1988. С. 26–51.

Иванкова Т. А., кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры.

Дальневосточный федеральный университет.

Ул. Суханова, 8, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690950.

E-mail: ivatanya@rambler.ru

Материал поступил в редакцию 28.10.2010.

T. A. Ivankova

CULTURE-LOADED WORDS IN THE ENGLISH DISCOURSE OF RUSSIAN NEWSPAPERS

The paper analyzes culture-loaded words in the English language articles of the Russian newspapers. The use of semantic means of representing national peculiarities is seen as a method of preserving the Russian cultural context in the English discourse. Culture-loaded words are classified according to their national component.

Key words: *culture-loaded words, national cultural context in a foreign language, Russian English.*

Far Eastern Federal University.

Ul. Sukhanova, 8, Vladivostok, Primorskiy territory, Russia, 690091.

E-mail: ivatanya@rambler.ru