

У. Ю. Сигнеева

НАЦИОНАЛЬНО МАРКИРОВАННЫЕ ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ И РУССКОЯЗЫЧНОМ ЭКОЛОГИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УПОТРЕБЛЕНИЯ

Экологический медиадискурс – это совокупность устных и письменных текстов, обусловленных ситуацией общения на экологические темы (Е. В. Иванова). Цель нашего исследования заключалась в изучении особенностей употребления национально маркированных лексических единиц в англоязычном и русскоязычном экологическом медиадискурсе.

На основе анализа 20 текстов экологической направленности, отобранных из американских и британских периодических изданий «The Telegraph», «The New York Times», «The Guardian» и «ScienceDaily» нами было выявлено 557 национально-маркированных единиц, которые классифицируются следующим образом:

имена собственные (топонимы и антропонимы) – 46 % (256 единиц):

Cambridgeshire, Jessica Jansdotter;

географические реалии – 16 % (89 единиц): *buffalo, gorse, wilding pines;*

общественно-политические реалии – 30 % (170 единиц): *The World Health Organization, Sydney's School of Geoscience;*

этнографические реалии – 8 % (42 единицы): *acres, foots.*

В процессе анализа 20 текстов экологической направленности, опубликованных в изданиях «Аргументы и факты», «Ведомости», «Вокруг света» нами было выявлено 498 единиц национально маркированной лексики:

имена собственные – 40 % (197 единиц): *Михаил Веревкин, Ермолаев, Норильск;*

географические реалии – 26 % (132 единицы): *орлан, ларги, мать-и-мачеха;*

общественно-политические реалии – 25 % (124 единицы): *Школа управления*

«Сколково», ИПЭИ РАНХиГС;

этнографические реалии – 9 % (45 единиц): *уфимцы, кировчанка.*

Проведенный анализ показал, что англоязычный и русскоязычный медиадискурсы достаточно насыщены национально маркированной лексикой.

Наиболее распространенная категория национально маркированных единиц в экологическом медиадискурсе – это имена собственные – 46 % случаев употребления в англоязычном и 40 % в русскоязычном медиадискурсе. Высокая частотность использования имен собственных в экологическом медиадискурсе связана с тем, что анализу были подвергнуты статьи, в которых топонимы и антропонимы используются для придания большей информативности текстам.

Отличия показателей прослеживаются в географической группе реалий (16 % случаев в англоязычном и 26 % в русскоязычном медиадискурсе), а также в группе общественно-политических реалий (30 % случаев в англоязычном и 25 % в русскоязычном медиадискурсе), что может быть следствием более высокой степени вовлеченности зарубежной общественности в проблему сохранения окружающей среды.