

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

Орлянская Мария Николаевна

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА МЕДИАТИЗАЦИИ
ЦЕННОСТИ «ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ» В
АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ**

Специальность 5.9.6. – Языки народов зарубежных стран (германские языки)

Диссертация

на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Научный руководитель

доктор филологических наук,

профессор Кочетова Лариса Анатольевна

Санкт-Петербург – 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ДИСКУРСА КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	11
1.1. Дискурсивные практики как отражение ценностей социума.....	11
1.1.1. Ценностная картина мира в языке и дискурсе.....	11
1.1.2. Концепт как инструмент лингвокультурного исследования	23
1.2. Место концепта «экологическая безопасность» в ценностной картине мира социума	30
1.2.1. Типологии ценностей и способы их выражения в языке и речи	30
1.2.2. Концепт «экологическая безопасность» в системе индивидуальных и коллективных ценностей социума	39
Выводы к главе 1	48
ГЛАВА 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ КОНЦЕПТОВ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ	51
2.1. Основные характеристики медийного дискурса как фактора культурной консолидации.....	51
2.2. Медийная интерпретация как фактор трансформации концептов.....	69
2.3. Методология дискурсивно-корпусного исследования и принципы создания корпуса.....	75
Выводы к главе 2	85
ГЛАВА 3. СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ДИСКУРСИВНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕННОСТИ «ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»	87
3.1. Содержательные признаки ценности «экологическая безопасность» в дискурсе британских СМИ	87
3.2. Семантическая организация тезауруса дискурсивной практики экологической безопасности в британских СМИ	99
3.3. Метафорическое осмысление ценности «экологическая безопасность» в медийном дискурсе	120
3.4. Коммуникативные стратегии репрезентации ценности «экологическая безопасность» в британском медийном дискурсе	131
Выводы к главе 3	143
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	145
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	149

ВВЕДЕНИЕ

Экологическая безопасность стала одной из наиболее обсуждаемых тем в современном медийном дискурсе. В условиях угрозы изменения климата, истощения природных ресурсов и загрязнения окружающей среды общественное внимание к проблемам экологии достигло своего пика. Медийный дискурс играет ключевую роль в формировании общественного мнения и поведения, что делает его важным инструментом для продвижения экологической безопасности.

На протяжении последних десятилетий медийные платформы обогатились новыми форматами, что создало возможности для более глубокого освещения проблем экологии и предоставления новых решений. Однако, одностороннее или искаженное освещение экологических вопросов также может привести к неправильному восприятию проблемы и даже к дезинформации. Таким образом, изучение влияния медийного дискурса на формирование ценности «экологическая безопасность» составляет актуальную задачу в контексте современных вызовов и угроз, связанных с экологическими проблемами.

Диссертационное исследование выполнено в русле теории дискурса, медиалингвистики, лингвоаксиологии, прагмалингвистики и функциональной стилистики английского языка.

Актуальность работы обусловлена следующим: 1) дискурсивно-корпусное моделирование ценностей является одним из наиболее активно развивающихся направлений современной теории дискурса, при этом медийный нарратив экологической безопасности ещё недостаточно изучен; 2) исследование медиарепрезентации ценности значимо для коммуникативной лингвистики, концептологии, лингвокультурологии и медийной коммуникации; 3) экологическая безопасность относится к экзистенциальным ценностям, а социокультурная специфика ее медиатизации в англоязычных СМИ не нашла полного отражения в работах по языкознанию.

Степень разработанности научной проблемы. В современной лингвистике проблематика изучения ценностной картины мира восходит к трудам В.И. Карасика, Е.В. Бобыревой, Е.В. Бабаевой, С.Г. Воркачева, Е.Ю. Ильиновой, Т.Б. Радбиля, Г.Г. Слышкина и др. В настоящее время активно развивается дискурсивно-концептологический подход к описанию ценностей, опирающийся на корпусную методологию, позволяющую обработать большое количество текстового материала и получить количественные данные о номинативной плотности языковых репрезентантов ценностей [Ильинова, Кочетова 2024; Кочетова, Ильинова, 2023; Кочетова, Кононова, 2024 и др.] в различных типах дискурса. В научной литературе разработаны типологии ценностей и методики изучения концептов, представлены основные механизмы их медиатизации [Кондратьева, 2021]. Дискурсивная репрезентация ценностей рассматривалась в политическом [Дайнеко, 2011; Даулетова, 2004; Изюров, 2006; Цуциева, 2018, Цуциева, 2019], рекламном [Кочетова, 1999, 2013], религиозном [Бобырева, 2007], медиаполитическом [Гунькова, 2020; Мельничук, 2024] дискурсе. Тем не менее, репрезентация ценности «экологическая безопасность» в медийном дискурсе не нашла полного отражения в работах по языкознанию.

Гипотеза исследования состоит в том, что ценностная картина мира является динамичным образованием; важным дискурсивным фактором ее трансформации являются СМИ, а медиатизация ценностей имеет социокультурное измерение.

Цель работы заключается в выявлении лингво- и социокультурной специфики семиотических характеристик медийного нарратива экологической безопасности в англоязычных СМИ.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- установить место ценности «экологическая безопасность» в англоязычной медийной ценностной картине мира и разработать корпусную методику ее анализа;

- провести моделирование понятийной составляющей медийного концепта «экологическая безопасность» на основе корпусного метода коллокаций и определить ее социокультурную специфику;

- проанализировать тематическую составляющую нарративов в текстах англоязычной качественной и популярной прессы на основе метода семантических полей и выявить социокультурное различие в дискурсивной медиарепрезентации ценности;

- установить метафорические модели конструирования образных характеристик ценности «экологическая безопасность» и определить их социально-идеологические импликации;

- описать коммуникативные стратегии англоязычных медийных нарративов экологической безопасности.

Объектом исследования выбраны англоязычные медийные нарративы экологической безопасности. В качестве **предмета** рассматриваются лингво- и социокультурные особенности медиатизации концепта «экологическая безопасность».

Теоретической базой исследования послужили классические и новейшие труды в области

- лингвистики текста и теории дискурса (А.Н. Баранов, В.З. Демьянков, Т.В. Дубровская, М.Р. Желтухина, Е.Ю. Ильинова, О.С. Иссерс, В.И. Карасик, М.Л. Макаров, В.Е. Чернявская, А. П. Чудинов и др.);

- корпусного анализа дискурса (Т.А. Клепикова, Л.А. Кочетова, Е.Ю. Ильинова, К.М. Шилихина, Р. Baker, М. Bednarek, А. Marchi и др.);

- медиалингвистики (Т.Г. Добросклонская, Л.Р. Дускаева, Н.И. Клушина, Л.Н. Ребрина, М. Bednarek и др.);

- когнитивной лингвистики (А.Н. Баранов, Н.Н. Болдырев, В.З. Демьянков, О.К. Ирисханова, Е.С. Кубрякова, G. Lakoff, M. Turner и др.);

- лингвоконцептологии (С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, И.В. Кононова, Е.А. Нильсен, Г.Г. Слышкин и др.);

- стилистики английского языка (И.В. Арнольд, И.Р. Гальперин, В.В. Гуревич, Т. А. Знаменская, Ю.М. Скребнев и др.).

В работе применяются следующие **методы исследования**: общенаучные методы, описательный метод, метод дискурсивного анализа, методы корпусной лингвистики, контекстуальный анализ, интерпретативный метод, приемы сравнительно-сопоставительного анализа.

Материалом исследования послужил корпус текстов нарративов экологической безопасности качественной и популярной англоязычной прессы. Объем корпуса составляет 383 798 слов.

Обоснованность и достоверность результатов исследования обеспечивается его теоретической базой, основанной на работах ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области теории дискурса, лингвоконцептологии, лингвокультурологии, лингвопрагматики, медиалингвистики, функциональной стилистики английского языка; методикой исследования, разработанной на основе методологии корпусной лингвистики, позволяющей получить верифицируемые результаты; репрезентативным материалом исследования, отобранным в соответствии с целями и задачами работы.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности.

В соответствии с **паспортом научной специальности 5.9.6 – «Языки народов зарубежных стран (германские языки)»** в работе изучаются дискурсивные практики экологической безопасности в ситуации медийного общения. Полученные научные результаты соответствуют следующим пунктам паспорта специальности: текст, дискурс, дискурсивные практики в языках народов зарубежных стран; корпусные исследования языка или

языковой семьи; когнитивные, коммуникативно-прагматические и стилистические исследования языка или языковой семьи.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нём впервые с применением корпусных методов определены лингво- и социокультурные характеристики дискурсивной реализации ценности «экологическая безопасность» в англоязычных средствах массовой информации; установлены содержательные признаки ценности в ее дискурсивном воплощении; выявлена специфика ее образных характеристик; выделены коммуникативные стратегии ее медийной репрезентации.

Наиболее значимые результаты исследования, обладающие научной новизной и полученные лично соискателем:

1. Медийный дискурс является фактором трансформации ценностных концептуальных образований. Транслируя концепты, возникающие в других типах общения, медийный дискурс интерпретирует их для широкого дискурсивного сообщества. Безопасность как базовая ценность имеет различные измерения, одним из которых выступает экологическая безопасность, являющаяся элементом ценностной картины мира современного социума.

2. Моделирование понятийной составляющей ценности «экологическая безопасность» на основе его медийной репрезентации показало, что она включает концептуализацию видов угроз, их причин и источников; негативных последствий угроз для окружающей среды; действий, направленных на борьбу с угрозами и минимизацию рисков; субъектов действий, способствующих обеспечению экологической безопасности; объектов, безопасность которых требуется обеспечить. Социокультурные различия в дискурсивной реализации концепта сводятся к тому, что качественная британская пресса чаще акцентирует как основную угрозу глобальное потепление (*global warming*), фокусируется на стратегиях решения проблемы и необходимости адаптации людей к меняющимся условиям. В популярной прессе основной угрозой представляется изменение

климата (*climate change*), акцентируется необходимость достижения целей, направленных на снижение неблагоприятного воздействия на окружающую среду.

3. Выявлено, что общими темами качественных и популярных британских СМИ являются «Погода», «Зеленая проблематика» «Сельское хозяйство и садоводство», «Вещества и материалы», «Географические локации», «Энергия», «Транспорт» и «Ущерб/разрушения». Сравнительный анализ показал, что в качественных англоязычных СМИ доминирует семантическое поле «Наука», что указывает на рационально-логические стратегии воздействия на широкую читательскую аудиторию. В текстах популярных СМИ преобладает лексика семантического поля «Политика», что свидетельствует о политизированности дискурса экологической безопасности и использовании стратегии эмоционального воздействия на адресата. Тексты качественной прессы чаще акцентируют температурные аномалии, а тексты популярной прессы – угрозы для производства продовольствия.

4. Медийные нарративы экологической безопасности, формирующие осведомленность общества об экзистенциальных угрозах и определяющие эмоционально-оценочный фон их восприятия, используют антропоморфные и артефактные метафорические модели. Дискурс экологической безопасности в основном опирается на милитарные метафоры, имплицитно указывающие на необходимость борьбы за сохранение окружающей среды.

5. К коммуникативным стратегиям англоязычных медийных нарративов экологической безопасности относятся: стратегия информирования, представленная тактиками экземплификации, негативного прогнозирования и объяснения; стратегия оценивания, представленная тактиками дискредитации, «снятия масок» и обвинения; стратегия побуждения, реализуемая тактиками предупреждения, совета и рекомендации.

Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в развитии положений лингвоконцептологии в аспекте выделения и описания концептов, транслируемых средствами массовой информации; теории дискурса в плане уточнения дискурсивных стратегий репрезентации ценности; расширении репертуара метафорических моделей репрезентации ценности, что значимо для когнитивной теории метафоры; уточнении положений функциональной стилистики английского языка.

Практическая значимость диссертации заключается в возможности применения ее результатов в разработке вузовских курсов по лингвоконцептологии, лингвистике текста, стилистике и лексикологии английского языка, спецкурсов по медиалингвистике и когнитивной лингвистике.

Апробация работы осуществлялась на международных, всероссийских и межвузовских научных и научно-практических конференциях: Международной научной конференции по когнитивной лингвистике «Когнитивные исследования в цифровую эпоху» (Тюмень, ТюмГУ, 5-7 июня 2025 г.); VI Всероссийской (национальной) научной конференции с международным участием «Гуманитарные науки и вызовы нашего времени» (Санкт-Петербург, СПбГЭУ, 14-15 марта 2024 г.); XIII Межвузовской научно-практической конференции с международным участием «Актуальные проблемы языкознания» (Санкт-Петербург, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 17-18 апреля 2024 г.); VIII Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы лингвистики, межкультурной коммуникации и методики преподавания иностранных языков в вузе» (Екатеринбург, УГГУ, 10 апреля 2025 г.), на заседаниях и научных семинарах кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина) и заседаниях кафедры английской филологии и перевода Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Публикации результатов исследования. По теме исследования опубликовано 6 работ общим объёмом 3,1 п.л. (авторский вклад – 2,2 п.л.), включая 3 статьи в журналах, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования Российской Федерации объёмом 2,1 п.л. (авторский вклад – 1,2 п.л.).

Объём и структура диссертации. Диссертация объёмом 173 страницы состоит из введения, трех глав, сопровождаемых выводами, заключения и библиографического списка.

В первой главе диссертации «Аксиологическая составляющая дискурса как объект лингвистического исследования» рассматриваются такие основополагающие для работы понятия как ценностная картина мира в аспекте ее соотношения с концептуальной и языковой картинами мира, определяется понятие ценность, излагаются современные представления о типологии ценностей и способах их репрезентации в языке и речи, устанавливается место концепта «экологическая безопасность» в системе индивидуальных и коллективных ценностей социума, описываются виды и типы безопасности, устанавливается степень разработанности проблемы.

Во второй главе диссертации «Теоретико-методологические основания моделирования концептов в медийном дискурсе» рассматриваются основные характеристики медиа как фактора культурной консолидации общества, выявляется роль медиа в трансформации лингвокультурных концептов, описывается методология исследования и принципы создания исследовательского корпуса.

В третьей главе «Социокультурная специфика дискурсивной реализации ценности «экологическая безопасность»» моделируется понятийная составляющая ценности, определяются содержательные характеристики ее дискурсивной реализации, устанавливается репертуар метафорических моделей, определяющих векторы ее оценочной интерпретации, выделяются коммуникативные стратегии, соответствующие функциям медийного дискурса.

ГЛАВА 1. АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ДИСКУРСА КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Дискурсивные практики как отражение ценностей социума

1.1.1. Ценностная картина мира в языке и дискурсе

Попытки лингвистов осуществить комплексное описание ценностей в языке привели к возникновению понятия «ценностная картина мира», под которой в большинстве случаев понимается модель мира в ценностной перспективе рассмотрения. Термин «ценностная картина мира» как упорядоченная на основании оппозиций «ценность-антиценность» совокупность концептов, получивших осмысление в аспекте существующих в той или иной культуре ценностных ориентиров, соотносится с такими смежными понятиями как *концептуальная картина мира* и *языковая картина мира*. В.И. Карасик предлагает рассматривать ценностную картину миру как часть языковой картины мира. В монографии «Языковой круг: личность, концепты, дискурс» автор подчеркивает, что «наряду с языковой картиной мира (в качестве ее аспекта) объективно выделяется ценностная картина мира в языке» [Карасик, 2002, с. 117].

Понятие «языковой картины мира» входит в число базовых категорий лингвокультурологии и получило к настоящему моменту достаточно детальную трактовку. Как правило, языковая картина мира определяется как «теоретически отрефлектированный тип отношений языка, мира и человека», выступающий в качестве «способа интерпретационной гносеологической деятельности по отношению к миру, объективированного в языковых фактах» [Резанова, 2003, с. 36].

Три основные черты языковой картины мира как лингвистического феномена, в принципе, сопоставимы с чертами собственно картины мира (или концептуальной картины мира) как целостного непосредственного образа мира, рисуемого по данным органов чувств и абстрактного мышления

и имеющего исторически обусловленный характер. Рассмотрим каждую из этих черт.

В отличие от собственно картины мира языковая картина мира является опосредованной, поскольку она складывается при материализации собственно картины мира средствами языка как некой вторичной знаковой системы. Общепризнанно, что изучение представлений об окружающей действительности, зафиксированных в языке, позволяет судить о картине мира, однако при этом необходимо учитывать, что не все представления имеют языковое выражение. Вербализации (ее называют также экспликацией, языковой объективацией или языковой репрезентацией) подвергаются только те знания о мире, которые характеризуются коммуникативной значимостью. В частности, ни в одном национальном языке не присутствует специальное обозначение цвета рентгеновских лучей, которые человек просто не воспринимает визуально [Попова, 2001, с. 12].

Содержательными единицами любой картины мира являются концепты как особые чувственные образы, выступающие результатом переработки информации о среде и человеке, поэтому ее, в противовес языковой картине мира, часто именуют также концептуальной картиной мира [Алексеева, 2018, с. 111].

Как и концептуальной картине мира, языковой картине мира свойственна целостность, предусматривающая слияние отдельных ее параметров, а значит, теоретически исключающая сравнение различных языковых картин мира, по конкретным словам, или высказываниям. Вместе с тем, как отмечает Л.И. Гришаева, «в силу особенностей человеческого познания, ни один человек не может представить себе всю языковую картину мира даже при целенаправленной рефлексии» [Гришаева, 2003, с. 24]. В процессе исследования можно охватить лишь некоторый фрагмент общей языковой картины мира, который совокупностью своих языковых единиц отражает сформировавшийся у его носителя набор знаний об определенной сфере своей жизни [Симашко, 2003, с. 45].

Подобно концептуальной картине мира языковая картина мира является субъективным образованием. По итогам когнитивной деятельности человека происходит отбор положительно оцениваемых представлений о мире с последующим ранжированием в форме ценностного ориентира для представителей определенного круга людей и закреплением на языковом уровне через оценочные коннотации имени концепта или сочетание этого имени с оценочными эпитетами [Барабанова, 2016, с. 118].

Ценностная картина мира, объективно выделяемая в языковой картине мира, содержит систему моральных императивов, этических норм и поведенческих правил. Она реконструируется в языке в виде взаимосвязанных оценочных суждений, соотносимых с юридическими, религиозными, моральными кодексами, общепринятыми суждениями здравого смысла, типичными фольклорными и известными литературными сюжетами [Карасик, 1991; 1992].

В настоящем исследовании за основу определения понятия «ценность» взята цитата из работы Милтона Рокича – американского психолога, который большую часть своей карьеры посвятил изучению индивидуальных и социальных ценностей: «Ценность – это устойчивое убеждение в том, что определенный способ поведения или конечное состояние существования является лично или социально предпочтительнее противоположного или обратного способа поведения или конечного состояния существования (*перевод автора – М.О.*)» [Rokeach, 1973, p.5]. Иначе говоря, ценности – это фундаментальные убеждения, принципы и стандарты, которые люди или группы людей считают важными, желательными и достойными стремления. Они выступают в качестве ориентиров для оценки ситуаций, принятия решений и определения целей. Ценности как абстрактные идеалы, как правило, универсальны и вневременны. Они могут быть сформулированы в виде общих принципов или моральных императивов. Однако их интерпретация и применение могут варьироваться в зависимости от культурного, исторического и социального контекста.

Ценностная картина мира в широком смысле существует благодаря оценочной (в широком смысле) деятельности человека, и во многом определяется языком, поскольку оценка в первую очередь фиксируется средствами языка. Важной характеристикой ценностей является их культурная обусловленность. Это подчеркивали представители школы культурно-исторического релятивизма, определяющие ценности как основу и необходимое условие существования всякой культуры. Само понятие культуры раскрывается, прежде всего, через категории ценностей, система ценностей образует внутренний стержень любой культуры [Сорокин, 1992, с. 218].

Ситуативная основа ценностей определяется сегодня в лингвистике как их дискурсивная обусловленность, что «предопределяет необходимость изучения ценностей в дискурсивной перспективе, то есть с учетом всех дискурсивных факторов и составляющих дискурса» [Солодилова, Перевалов, 2018, с. 182].

Аксиологическая составляющая дискурса – это ценностный фундамент, на котором строится коммуникативное взаимодействие. В каждом высказывании, тексте прослеживаются оценочные суждения и убеждения говорящего или пишущего. Ценности, явные или скрытые, формируют структуру и содержание дискурса, определяя его направленность и воздействие на аудиторию. Анализ аксиологических аспектов дискурса позволяет раскрыть глубинные механизмы смыслообразования и понять, как ценности влияют на социальные процессы. Таким образом, изучение аксиологической составляющей дискурса является ключом к пониманию мотиваций, убеждений и культурных установок социума.

Одним из актуальных направлений современной лингвистики является лингвоаксиология или *аксиологическая лингвистика*, представляющая собой междисциплинарную область исследования, направленную на изучение ценностных аспектов языковой картины мира. Внимание лингвистов направлено на обоснование теоретических положений и понятийного

аппарата направления, выделение единиц исследования, а также разработку методологических оснований и методик выявления ценностных смыслов на основе способов их выражения в языке и речи.

Аксиологическая лингвистика основывается на антропоцентрическом принципе, согласно которому язык отражает глубоко укоренённый опыт человека в познании мира и социальном взаимодействии. Она тесно переплетается с лингвокультурологией и лингвокогнитивистикой, поскольку исследования первой опираются на теоретические положения двух вторых, рассматривающих язык в тесной связи с культурой и мышлением народа. Само определение «духовной культуры» невозможно без апеллирования к аксиологическим понятиям. Обратимся, например, к определению, предлагаемому Н.А. Сидоровой: «Это особое измерение духовной жизни, включающее в себя ценности, психические установки, стереотипы, образцы действий, ментальные программы, отличающие одну социальную группу от другой, реализуемые в деятельности субъекта и наследуемые внутри группы» [Сидорова, 2011, с.12].

Ценности, являясь абстрактными принципами и идеалами, выполняющими роль ориентиров поведения людей и оценки жизненных ситуаций, находят своё отражение в дискурсе. Дискурс, в свою очередь, наряду с отражением и воспроизводством существующих ценностей, также участвует в их формировании и трансформации. Как отмечает М. Фуко, «он (дискурс) порождает знание, устанавливает границы приемлемого и истинного, определяет нормы» [Фуко, 1996].

Утверждение о том, что различные дискурсивные практики «являются естественной средой языкового воплощения ценностей социума» [Радбиль, 2023, с. 172], подчеркивает ключевую роль языка в формировании, воспроизводстве и трансляции ценностей. Под дискурсивными практиками понимаются повторяющиеся, социально обусловленные способы использования языка в определенных контекстах, включающие как устные, так и письменные формы коммуникации, а также невербальные элементы

(жесты, мимика, визуальные образы). Дискурсивные практики охватывают все сферы жизни общества – они находят своё проявление в повседневном и институциональном общении. По мнению Н. Фэркло, их можно рассматривать в качестве «процессов производства и потребления или интерпретации текстов и разговоров» [Fairclough, 1998, с.145]. Дискурсивные практики принято трактовать также как виды коммуникации в контексте культурной, социальной, политической и исторической информации [van Dijk, 2008].

Другими словами, дискурсивные практики – это способы общения, направленные на решение общих, повторяющихся коммуникативных задач, а также, на реализацию целей в конкретном культурном и социальном контексте, в формальных и неформальных ситуациях. Характерными чертами дискурсивных практик являются: традиционность, целесообразность, нормированность, интерактивность и функционально-когнитивная направленность [Дискурсивные практики современной институциональной коммуникации, 2015, с.10]. Являясь фундаментальным элементом социального взаимодействия, дискурсивные практики представляют собой не только способы обмена информацией между участниками коммуникативного акта, но также и эффективное средство, с помощью которого осуществляется формирование и выражение коллективных ценностей.

Поскольку осуществление дискурсивных практик базируется на владении системой социальных норм и конвенций, то для их понимания и анализа требуется изучение типичных коммуникативных ситуаций и поведенческих паттернов как в институциональном общении, так и в повседневных контекстах, характерных для определённой лингвокультуры. Изучение дискурсивных практик позволяет определить способы конструирования реальности социумом и формирования его представлений о самом себе. Так, в трактате П. Бергера и Т. Лукмана «Социальное конструирование реальности» говорится о языке как о наиболее важной

знаковой системе, объективном хранилище «огромного разнообразия накопленных значений, жизненного опыта, которые можно сохранить во времени и передать последующим поколениям» [Бергер, Лукман, 1995, с.27].

Выделение институционального и неинституционального типов дискурса [см.: Карасик, 2002] позволяет сделать объектом изучения специфику репрезентации и трансформации ценностей в различных дискурсивных практиках. Под институциональным дискурсом понимается «специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга лично, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума» [Карасик, 2002, с.292]. Неинституциональный дискурс определяется как личностно-ориентированный, персональный дискурс, который имеет два ответвления – бытовой (предполагает устный или письменный обмен информацией между коммуникантами, обладающими одинаковым социальным статусом) и бытийный (отражается в произведениях художественной литературы, в философских и психологических текстах, нацелен на выражение внутреннего мира адресанта) дискурсы [Карасик, 2002, с.240]. В ходе анализа формального (институционального) дискурса представляется возможным выявлять ценности, которые создаются и транслируются на *макросоциальном* уровне. Тогда как анализ неформального (личностно-ориентированного) дискурса показывает, как ценности проявляются на *микросоциальном* уровне. Как отмечает Е.В. Бабаева, возникновение институциональных форм общения связано с осознанием актуальности конкретных ценностей. Ценности играют роль ориентиров, способствующих оформлению дискурсивных типов и жанров, они не только сами формируются в дискурсе, но и оформляют дискурс [Бабаева, 2004, с.110].

В числе институциональных типов дискурса можно выделить: *профессиональный* дискурс (в аксиологическом аспекте интерес представляет в данном случае описание ценностей, характерных для определённых профессиональных групп), *медийный* дискурс (в новостном медиаконтенте,

развлекательных программах, рекламных сообщениях и других типах медийных нарративов прослеживаются процессы образования и диссеминации ценностей в социальной среде), *образовательный* дискурс (в данном типе дискурса отражаются такие универсальные ценности, как критическое мышление, ответственность, уважение, а также специфичные для каждой культуры или общества ценности), *религиозный* дискурс (религиозные практики являются мощным инструментом формирования и трансляции ценностей, предлагая систему моральных ориентиров, определяющих поведение людей и их представление об окружающем мире и места человека в нём). Говоря о последнем типе дискурса, необходимо отметить вклад, который внес в изучение религии и её роли в обществе социолог Питер Бергер. Важным положением, отражающим его представления о социальном конструировании реальности посредством религиозных дискурсивных практик, является его следующее утверждение: «Религия наделяет социальные институты (такие как брак, правительство или даже экономические системы) высшей значимостью, определяя их как часть естественного порядка, а значит, они начинают казаться морально правильными и неизбежными» [Berger, 1967].

К настоящему моменту в аксиологической парадигме рассматривалась ценностная составляющая рекламного дискурса [Кочетова, 1999, 2013], религиозного дискурса [Бобырева, 2007], педагогического дискурса [Карасик, 2002], научного дискурса [Миронова, 2023].

В целом, рассматривая вопрос лингвистического моделирования ценностей, следует обратиться к двум парадигмам – дискурсивной и концептологической. В лингвистической концептологии особое внимание уделяется изучению концептов как ментальных структур, которые формируются на основе не только когнитивного, но и ценностного компонента. Так, по мнению В.И. Карасика, именно ценностный компонент определяет значимость концепта для конкретной культуры и для отдельных индивидов [Карасик, 2002, с.91]. В рамках дискурсивного подхода ценности

трактуются как «динамичные» явления, которые проходят этапы формирования и преобразования в процессе языкового взаимодействия. Здесь предполагается, что ценности конструируются и поддерживаются через язык, их содержание обуславливается контекстом, поскольку в разных дискурсах одна и та же лексическая единица может приобретать разные коннотации.

В числе исследователей, применяющих дискурсивные методы в изучении ценностей, можно выделить Т. ван Дейка, Р. Водак, Д. Таннен, Н. Фэркло, М. Фуко, Ю. Хабермаса, В. И. Карасика, Е. И. Шейгал, Л.А. Кочетову, Е.Ю. Ильинову, И.В. Кононову и др.

Обращаясь к трудам М. Фуко, отметим, что в его исследованиях прослеживается идея об активном участии дискурса в конструировании реальности, и более того – в формировании и регулировании социального порядка. «Discourses not only exhibit immanent principles of regularity, they are also bound by regulations enforced through social practices of appropriation, control and 'policing'. Discourse is a political commodity» [Foucault, 1972-1977, p.245]. Ученый предлагает аналитический инструментарий, который даёт возможность раскрыть процессы формирования и поддержания ценностей через дискурсивные практики. При этом отмечается важность дискурсивного механизма формирования содержательных дискурсивных категорий и их последующей *нормализации*. Подчеркивается тот факт, что индивид в целом формируется дискурсом, поскольку именно дискурс, по мнению исследователя, определяет то, как каждая личность понимает себя и окружающий её мир, какие идентичности она принимает, а также какие ценности разделяет [Foucault, 1972-1977, p.245]. Утверждается неотделимость дискурса от институтов власти, так как дискурс создаёт системы знания и идеологии, применяющиеся впоследствии в целях контроля и подчинения граждан. Отдельным объектом рассмотрения в трудах М. Фуко стала *историческая эволюция* дискурсивных практик с

отдельным фокусом на том, какое влияние они оказывают на формирование ценностей [Foucault, 1972-1977, p.245].

Юрген Хабермас, немецкий философ и социолог, определяет дискурс как рациональное обсуждение, направленное на достижение согласия посредством аргументации [Хабермас, 2022]. В его работе «Теория коммуникативной деятельности» коммуникация рассматривается как способ формирования норм и ценностей, который в своём основании предполагает принцип взаимного признания и стремления к взаимному пониманию – для чего необходима такая «идеальная речевая ситуация», в которой участники не подвержены внешнему принуждению и имеют свободу представления своих аргументов, без наложения ограничений [Хабермас, 2022].

Вклад Т. ван Дейка в изучение дискурсивного конструирования ценностей заключается в разработке критического дискурс-анализа, который позволил выявить способы кодирования ценностей и идеологий в языке, а также описать их влияние на отношения внутри социума [van Dijk, 2009, p.120]. Автор заявляет о том, что язык конструирует социальную реальность и включает её в ценностное измерение. Работы Т. ван Дейка способствуют более глубокому пониманию механизмов власти, а также идеологических манипуляций, скрывающихся в дискурсивных практиках.

В отечественной лингвистике дискурсивное конструирование ценностей также стало одним из наиболее актуальных объектов изучения. Одним из первых к данной проблематике обратился В.И. Карасик, который ввел в лингвистический обиход понятие лингвокультурного концепта, отмечая, что каждый концепт наделён ценностным компонентом, образующимся под влиянием культурных традиций, исторического опыта и социальных норм [Карасик, 2002, с.91], разработал методологию описания репрезентации ценностей в дискурсе, исследовал ценностные аспекты дискурса и провёл анализ ценностных концептов в различных дискурсивных практиках. Автор отмечает, что лингвокультурные концепты – это носители культурных ценностей и установок, которые выражаются в дискурсе

эксплицитно или имплицитно. В.И. Карасик ввел также понятие культурной доминанты, определяя ее как «наиболее значимую и устойчивую ценность в конкретной культуре» [Карасик, 2002, с.142] и подчеркивая, что «культурные доминанты выступают выражением глубинных ценностей, участвующих в определении культурных норм, моделей поведения и социальных взаимодействий» [Там же].

Как упоминалось ранее, *концептуальный подход* к изучению ценностей акцентирует внимание на ментальных репрезентациях и структурах, которые возникают в сознании индивида при осмыслении ценностей. Концептуальный подход сфокусирован на том, как ценности получают репрезентацию в сознании человека – на их содержательной структуре, признаках (в ядре и периферии), а также ассоциациях и связи с другими концептами. Исследователи, придерживающиеся концептуального подхода (З. Кевечеш, Л. Талми, Дж. Лакофф, В.И. Карасик, Ю.С. Степанов и др.), стремятся выделить универсальные когнитивные структуры, которые лежат в основе ценностей, а также изучить, как эти структуры модифицируются и специфицируются в разных культурах.

Значительный вклад в рассмотрение когнитивных основ ценностей внес Дж. Лакофф. Автор разработал теорию концептуальной метафоры, выделил когнитивные метафорические модели, служащие осмыслению социальной реальности [Lakoff, Johnson, 1980]. В книге «Don't think of an elephant! Know your values and frame the debate» Дж. Лакофф пишет: «Фрейминг – это подбор языковых средств, который соответствует вашему мировоззрению» [Лакофф, 2014, с. 26], определяя фреймы как «ментальные структуры, которые обуславливают то, как мы видим мир» [Лакофф, 2014, с. 16]. Автор подчеркивает, что «фреймы формируют цели, к которым мы стремимся, планы, которые мы строим, то, как мы действуем, и то, что считается хорошим или плохим результатом наших действий» [Там же]. Таким образом, когнитивные структуры, т.е. фреймы определяют цели и действия индивида и социума, отражая индивидуальные и коллективные

ценности, поскольку «фреймирование» отграничивает «хорошее» от «плохого», а значит и устанавливает моральные ориентиры.

Регламентированность дискурсивной практики (как формы практики общественной (social practice) [Wodak, 1996, с.18]) относительно конкретной ситуации коммуникации, ее участников (их личностных и ролевых характеристик), режима коммуникации и пр. является фактором, предопределяющим характер интерпретации концептов. Исследовательская проблематика в этом плане включает, по мнению ученых, вопрос о том, какие именно признаки становятся вовлеченными в процесс дискурсивно-обусловленной вариативности ценностей, какие параметры дискурса выступают в качестве стимулов данных изменений [Клепикова, Кононова, 2024; Кононова, Кочетова, 2024]. Под влиянием дискурса концепт может трансформироваться, «ситуативно-обусловленная прагматика нарратива становится фактором, мотивирующим его развитие и ценностную акцентуацию либо постепенное «угасание» (потерю ранее актуальных признаков, снижение числа апелляций к концепту)» [Кононова, Кочетова, 2024].

В контексте медиалингвистики отдельной областью исследований стало изучение медийной картины мира, а также исследование «медиатизации концептов/ценностей». В работах отечественных исследователей сформулировано положение о том, что медиадискурс может превращать термины в медиаконцепты, которые приобретают новые концептуальные признаки и оценочные интерпретации, что является важной частью процесса медиатизации [Клушина, 2014; Кондратьева, Игнатова, 2021; Kochetova, 2023].

Таким образом, результаты медиатизации проявляются в дискурсивном конструировании в системе индивидуальных и коллективных ценностей социума новых и трансформации уже существующих концептуальных образований. Так, медиадискурс выполняет важную роль в формировании общественного мнения, создании стереотипов и распространении ценностей,

стимулируя их общественное обсуждение. Дискурсивные практики динамичны, обусловлены социальными, политическими и культурными факторами. Перестройка дискурса влечёт за собой трансформацию осознания и интерпретации социальных явлений, а за этим следует и трансформация самих ценностей.

1.1.2. Концепт как инструмент лингвокультурного исследования

Одной из единиц аксиологической лингвистики выступает концепт, понимаемый как ментальное образование, имеющее ценностное измерение. Выделение материальных и нематериальных сущностей, формирование представлений и придание значимости объектам и явлениям в процессе познания человеком окружающего мира представляет собой явление концептуализации, сопровождающееся эмоционально-оценочным переживанием опыта, на основе которого формируется содержание концепта как кванта переживаемого знания [Карасик, 2009].

Как важнейшая категория лингвокультурологии концепт получил целый ряд трактовок, однако, важнейшей определяющей характеристикой лингвокультурного концепта следует, по мнению многих исследователей, считать его ценностный характер [Карасик, 2004; Слышкин, 2004; Воркачев, 2004; Кононова, 2010 и др.]. Являясь «квантом переживаемого знания» [Карасик, 2009], будучи частью национальной (этнической) концептосферы, лингвокультурный концепт всегда имеет ценностную составляющую, во многом определяющую его прочие содержательные компоненты. В силу этого в настоящем исследовании понятия «лингвокультурный концепт» и «ценность» *используются как взаимозаменяемые*. Оперирование термином «концепт» в отношении «ценностей» позволяет нам привлечь в ход исследования методологический аппарат лингвоконцептологии.

Исследователи отмечают, что отдельные лингвокультурные концепты как составляющие картины мира могут обозначаться не только языковыми

знаками. Иногда они вообще не объективируются в языке, а представляются знаками иных семиотических систем, в частности, жестами. При этом очевидно, что наиболее полно содержание концепта выражается всей совокупностью средств естественного языка. К ним относятся:

- слова и фразеологические обороты как номинативные единицы языка либо, напротив, лакунарность как их значимое отсутствие в определенной лингвокультуре;

- так называемые функциональные языковые средства, к числу которых принадлежат отбор лексики для конкретного коммуникативного акта или высокая частотность отдельных языковых средств по сравнению с другими языковыми средствами в пределах национального языка;

- метафоры, метонимии и прочие образные средства языка, а также внутренние формы фигурирующих в нем единиц;

- фоносемантические средства;

- специфические для каждой лингвокультуры средства построения текстов разных функциональных стилей, жанров и типов, в совокупности, именуемые дискурсивными средствами;

- собственно тексты и даже их совокупности, когда необходимо обсуждение сложных, абстрактных концептов или концептов, имеющих ярко выраженный индивидуальный характер;

- стратегии оценки и интерпретации языковых высказываний [Попова, Стернин, 2001, с. 13].

Как отмечает Т.А. Фесенко, концепт является формой существования слова, мостиком между миром действительности, миром человека и миром языка [Фесенко, 2000, с. 141]. Благодаря подобной связи концепты могут воссоздаваться на основе речемыслительной деятельности социума. Последователь этой теории А.П. Бабушкин описывает концепт как единицу коллективного сознания, хранящуюся в вербальном виде в памяти носителей некоторого национального языка [Бабушкин, 2001, с. 52]. Подчеркивается,

что большинство концептов привязано к определенным словам, выступающим в качестве их имен.

Исследователи акцентируют внимание на том, что наличие большого количества вариантов репрезентации концепта доказывает высокую «номинативную плотность» (термин В. И. Карасика) соответствующего фрагмента языковой системы, а, следовательно, и аксиологическую ценность его содержания в пределах конкретной лингвокультуры [Карасик, 2004, с. 112].

Наконец, в лингвоконцептологии декларируется организующая и упорядочивающая функция концепта, то есть его способность сводить многообразие наблюдаемых феноменов к некой единой рубрике или классу. В этом контексте концепты связываются с процессами категоризации как с упорядоченным представлением многообразных явлений через сведение их к меньшему числу разрядов [Краткий словарь когнитивных терминов, 1997, с. 42]. Таким образом, выступая в качестве операционной единицы мышления и результата категоризации, происходящей в сознании, концепт облегчает процесс осмысления и интерпретации человеком явлений окружающего мира.

Основным методом изучения концепта является концептуальный анализ. Независимо от понимания сущности этого метода, «всех лингвистов, работающих с его применением, объединяет концепт как объект или результат исследования» [Фрумкина, 1992, с. 3]. Наличный арсенал методов лингвистического анализа позволяет, изучая язык, делать выводы о типах и содержании концептов. Для этого обычно исследуется семантика вербализующих концепты языковых средств, включая имена концептов, на основе чего выявляются, описываются и сопоставляются концептуальные признаки.

Концептуальный анализ может проводиться не только на уровне рассмотрения коллективного знания, закрепленного в языке, но и на уровне индивидуального знания, что обусловлено индивидуальным характером человеческого познания и мышления. Постепенно при многократном

использовании индивидуальные знания становятся коллективными, что влияет на значение слов, но, как доказывает многообразие политических и научных моделей мира, это касается не всего их объема. Кроме того, при концептуальном анализе важно учитывать, что в коммуникативном акте репрезентируется только та часть концепта, которая обладает релевантностью именно в данных условиях. Отсюда следует, что при изучении содержательного аспекта языковых единиц можно дать описание вербализуемой составляющей концепта [Ефимова, 2021, с. 21].

Современные последователи методики концептуального анализа во многом поддерживают теорию Н.Н. Болдырева о выделении своеобразных компонентов концепта, именуемых концептуальными признаками [Болдырев, 2001]. Каждый такой признак связан с определенными знаниями о соответствующем объекте, а поскольку знания такого рода регулярно пополняются, то концепт не может иметь жесткую структуру. Целью концептуального анализа, по мнению Н.Н. Болдырева, является обнаружение подобных концептуальных признаков через исследование значений языковых единиц, вербализующих концепт, через изучение словарных дефиниций имени концепта (такую разновидность концептуального анализа называют концептуально-дефиниционным анализом), а также через анализ контекстов, в которых это имя функционирует (в таком случае говорят о контекстуально-репрезентативном или о функционально-репрезентативном концептуальном анализе). В роли контекстов обиходной речи привлекаются, например, публицистические произведения, пословицы и поговорки, фольклорные и художественные контексты [Болдырев, 2001].

Кроме этих процедур, при концептуальном анализе возможно проведение этимологического анализа, интервьюирования, анкетирования и комментирования [Болдырев, 2001, с. 24-30]. Е.И. Зиновьева дополняет этот список анализом словообразовательных производных имени концепта

[Зиновьева, 2003, с. 41]. В итоге содержание концепта выявляется на базе сравнения значений всех его языковых репрезентантов.

Таким образом, при всем многообразии существующих подходов к описанию лингвокультурного концепта, можно выделить общее в предлагаемых определениях – концепт представляет собой многомерное смысловое образование, существующее на коллективном уровне сознания, репрезентированное в человеческом языке, аккумулирующее индивидуальный и культурный опыт носителей языка и обладающее ценностной составляющей содержательной структуры.

При моделировании содержательной структуры концепта возникает целый ряд сложностей, обусловленных многообразием точек зрения на этот вопрос. Помимо весьма распространенной концепции выделения в структуре концепта ядра как результата чувственного восприятия мира, периферии, наполняющейся новыми характеристиками по мере углубления знаний о концептуализируемом объекте, и интерпретационного поля как наиболее удаленной от ядра концепта совокупности мнений об объекте в определенном языковом коллективе [Попова, Стернин, 2001], существует еще несколько взглядов на содержательную организацию концепта.

Согласно получившего широкое распространение в отечественной лингвистике подхода В.И. Карасика, в содержательной структуре концепта выделяются понятийная, образная и ценностная составляющие [Карасик, 1997]. Понятийная сторона объединяет при этом существенные признаки объекта или ситуации и итог их познания. Для описания понятийной стороны концепта определяют его принадлежность к определенному виду, родовые признаки и понятия-гипонимы. Как правило, эту составляющую можно выявить в ходе анализа дефиниции имени соответствующего концепта, а также через изучение связей имени концепта с другими словами [Карасик, 1997]. Образная сторона концепта включает перцептивные признаки, которые могут быть описаны в словарной дефиниции вместе с понятийными признаками, которые устанавливаются на рациональном уровне. Если

концепт назван мотивированным словом, то такие признаки могут частично закладываться в имя концепта с помощью заложенного в него мотивирующего признака («голубой» для голубики и т.п.). Наконец, эта сторона проявляется в метафорических сочетаниях слов [Карасик, 1999, с. 39].

Третья (ценностная) сторона концепта подробно описана в работе Г.Г. Слышкина, по мнению которого при ее характеристике важно рассматривать два аспекта: актуальность и оценочность. Актуальность реализуется в частотности использования слов, апеллирующих к концепту, при общении людей. Оценочность можно исследовать через анализ денотативного содержания слова, оценочных эпитетов к нему и оценочных коннотаций [Слышкин, 2004, с. 10]. Очевидно, что все три стороны концепта тесно сопряжены друг с другом и изучаются принципиально аналогичными методами, только результаты использования этих методов рассматриваются под разными углами зрения.

Дополняя представления о содержательной структуре концепта, С.Г. Воркачев пишет о значимостной составляющей концепта, которая определяется местом имени концепта в языковой системе. Для ее анализа необходимо, по мнению автора, охарактеризовать синонимические, антонимические, омонимические, деривационные связи имени концепта, а также особенности его этимологии и внутренней формы [Воркачев, 2004, с. 124]. В системе каждого национального языка подобная значимость будет иметь свои особенности и обязательные связи с понятийной, образной и ценностной составляющими концепта.

В целом важно отметить, что некоторые исследователи, например, З.Д. Попова и И.А. Стернин отрицают наличие у концепта жесткой структуры [Попова, Стернин, 2003]. Вероятно, данную проблему можно было бы решить, по-разному структурируя различные типы концептов, однако и в отношении классификации концептов у разных лингвистов не выработалась единая позиция. Сложный, абстрактный характер концептов

обуславливает наличие большого количества разнообразных типологий, учитывающих их природу и содержание.

1. По степени репрезентированности средствами языка различают вербализованные концепты, которые регулярно задействуются носителями языка в коммуникативных процессах по причине наличия языковой формы выражения, и невербализованные концепты, не представленные на уровне языка. Концепт может быть вербализован различными способами: лексическими, фразеологическими, синтаксическими и т.д. или целым комплексом языковых средств [Попова, Стернин, 2007, с. 15];

2. По содержанию концепты могут быть параметрическими и непараметрическими. Первые выступают в качестве классифицирующих категорий для сопоставления признаков объектов (например, пространство, время, качество или количество); вторые имеют предметное содержание и делятся на регулятивные, в которых преобладает ценностная составляющая, и нерегулятивные [Карасик, 2004, с. 59];

3. По принадлежности группам носителей лингвокультурные концепты подразделяются на общечеловеческие, цивилизационные, этнокультурные и социоспецифические [Карасик, 2019, с. 23];

4. По уровню значимости концепты бывают обычными и концептами высшего уровня (в частности, любовь, счастье, долг, совесть) [Воркачев, 2004, с. 44];

5. По месту в системе культуры концепты предлагается делить на следующие типы: универсальные категории культуры (например, движение, причина, количество и т.п.); социально-культурные категории (в частности, справедливость, труд, богатство, свобода, достаток); этические категории (добро, правда, долг, зло) и мифологические категории (боги, ангелы, домовые и т.п.) [Пименова, 2003, с. 8];

6. С точки зрения специфики ценностного компонента можно отдельно рассматривать такие группы концептов, как теленомные концепты, ориентированные на высшие ценности вроде счастья и любви; регулятивные

концепты, содержащие норму поведения (совесть, стыд, закон) и эмоциональные концепты [Богданова, 2012, с. 99].

Говоря о перспективных направлениях исследования лингвокультурных концептов, необходимо отметить *рассмотрение эволюционных процессов*, затрагивающих их содержательную структуру и средства дискурсивной репрезентации [Кононова, 2010; Дронова, 2014; Кочетова, Кононова, 2024 и др.]. Еще одним актуальным вектором изучения ценностей в лингвоаксиологии является *сопоставительное направление* исследований, предполагающее сравнение аналогичных концептов в различных лингвокультурах с целью выявления их инвариантных и вариативных содержательных компонентов [Лебедько, 2002; Катермина, 2005; Туленинова, 2008; Просвирнина, 2014 и др.].

Особый импульс лингвоконцептологические и лингвоаксиологические исследования получили в последнее десятилетие в связи с привлечением методов корпусной лингвистики, в том числе метода ключевых слов и метода выделения коллокаций [Кочетова, Попов, 2019; Кочетова, Кононова, 2019; Кочетова, Ильинова, 2023; Ефремова, 2021; Кочетова, Кононова, 2024 и др.]. Применение корпусных методов исследования позволяет сделать верифицированные выводы о содержательной структуре, лингвокультурной, социокультурной специфике концепта, его динамических преобразованиях и изменениях в оценочной интерпретации.

1.2. Место концепта «экологическая безопасность» в ценностной картине мира социума

1.2.1. Типологии ценностей и способы их выражения в языке и речи

Изучение ценностей в лингвистическом аспекте предполагает привлечение данных об их типологии из смежных областей гуманитарного знания.

Широко применяется как в социологии, так и в культурологии подход к типологизации ценностей на основе критерия «предельности» цели или

состояния, предложенный американским психологом М. Рокичем [Rokeach, 1973]. Автор выделил терминальные ценности, которые значимы сами по себе и представляют собой некие финальные цели и ориентиры личности, например, полнота и эмоциональная насыщенность жизни, физическое и психическое здоровье, общественное признание, успех, возможность творческой деятельности, внутренняя гармония, комфортная жизнь, счастливая семейная жизнь, и пр., и инструментальные ценности, которые представляют собой принципы действия индивида, модели и способы его поведения, которые необходимы для достижения терминальных ценностей. Ко второй категории ценностей М. Рокич отнес, например, воспитанность (хорошие манеры), честность, трудолюбие, самодисциплину, образованность и пр., подчеркнув, что предлагаемый список не является предельным и может быть расширен [Rokeach, 1973].

По аксиологическому содержанию, отражающему преимущественно соотношение личного и общественного блага, различают ценности моральные и утилитарные; по функции, характеризующей суть жизненных ориентиров, можно противопоставить телесные (витальные) и духовные (смысложизненные) приоритеты; по охвату субъектов, разделяющих определенные мотивирующие установки, различаются общечеловеческие, цивилизационные, этнокультурные, социоспецифические, макро- и микрогрупповые и индивидуально-личностные ценности; по дискурсивной специализации можно охарактеризовать дискурсивно-специфические и дискурсивно-универсальные ценности [см. подробнее: Карасик 2019, с. 23].

В концепции Х. Куссе выделяются положительные ценности с устойчивой положительной аксиологической модальностью, которые рассматриваются как благо [Куссе, 2022, с. 139]. В некоторых классификациях ценность как благо представляется в качестве атрибутивной ценности и обособляется от аксиологических ценностей (см., напр., [Najder, 1975; Heydebrand, Winko, 1996]). Х. Куссе различает аксиологическую функцию ценностей, реализующуюся в определении линии поведения и в

оправдании поступков, и аксиологические ценности как критерии оценивания и атрибутивные ценности в качестве абстрактного блага [Куссе, 2022, с. 140].

В рамках типологического подхода к аксиологическим основаниям дискурса выявляются типы ценностей, на которые ориентированы дискурсивные практики, и описываются модели поведения, которые они задают [Шейгал, 2000; Бобырева, 2007; Кочетова, 2013; Карасик, 2015; Молодых, 2015 и др.]. Исследователи отмечают, что дискурсивные практики различаются в плане ценностного содержания. Так, реклама сосредоточена в основном в области утилитарных ценностей, таких как «польза», «экономия», «гарантии», «долговечность», «эффективность» и др. Вместе с тем, в рекламных текстах отмечается апелляция к витальным ценностям – утоление жажды, голода. При этом утверждается приоритет первичных потребностей над другими категориями ценностей, например, *Never forget yourself 'cause first things first, grab a cold, cold can, and obey your thirst* (Sprite, 1994); *Life Begins Here* (Coca Cola, 2011) [Кочетова, 2013].

Типология ценностей может строиться с позиций исторического подхода. В диахроническом плане применительно к религиозному дискурсу Е.В. Бобырева выделяет ценности конкретно-исторические (появляющиеся и функционирующие только на конкретном историческом этапе развития дискурса) и абстрактно-универсальные (вечные, постоянные, не утрачивающие своей значимости в любом историческом контексте) [Бобырева, 2007].

Рассматривая ценности в рекламном дискурсе в историческом аспекте, Л.А. Кочетова выделяет универсальные ценности, свойственный рекламе на всех этапах ее функционирования такие, как «качество», модифицируемое разнообразными операторами общей оценки, «экономию», «выбор» и «цену»; конкретно-исторические ценности, определяемые социально-культурными условиями, присущими отдельным историческим периодам, отражающими потребности и предпочтения членов дискурсивного

сообщества. Автор отмечает, что в рекламных текстах конца XX – начала XXI в. наблюдается обращение к ценностям заботы об окружающей среде, что продиктовано изменениями в общественном сознании, произошедшими в этот период, когда природа стала рассматриваться как объект, требующий защиты [Кочетова, 2013].

В настоящее время в фокусе исследователей находятся активные процессы преобразования ценностной картины мира как в сознании отдельной личности, так и в коллективном сознании. Основываясь на принципах функциональной семантики и аксиологии, современные учёные анализируют способы выражения оценочных суждений в разнообразных дискурсах, учитывая влияние культурных и социальных условий.

В рамках современных дискурсивных исследований особое внимание отводится механизмам, с помощью которых ценности воплощаются в дискурсе. К ним относят:

– **Выбор лексики.** Использование определенных слов и выражений, которые несут положительную или отрицательную коннотацию. Использование слов с положительной или отрицательной оценочной коннотативной семантикой (например, «герой» vs. «предатель», «прогрессивный» vs. «регрессивный»). Так, Чарлз Осгуд, один из создателей психолингвистики и психосемантики, в работе «The Measurement of Meaning» (1957г.) разработал шкалу семантического дифференциала для измерения коннотативных значений слов по трем основным измерениям: оценка (хороший/плохой), сила (сильный/слабый) и активность (активный/пассивный) [Osgood, 1957, p. 38]. Ч. Осгуд показал, что слова несут не только денотативное (буквальное), но и коннотативное значение, которое существенно влияет на восприятие и интерпретацию текста [Osgood, 1957, p. 273]. Выбор определенных слов и выражений позволяет говорящему (автору) выразить свое отношение к миру и повлиять на отношение аудитории. Использование оценочной лексики является одним из наиболее очевидных и эффективных способов трансляции ценностей в дискурсе.

Слова и выражения, обладающие положительной или отрицательной коннотацией, несут в себе определенные ценностные суждения и отражают отношение говорящего (или автора) к объекту описания. В качестве примера можно привести следующие лексические единицы: а) в политическом дискурсе – «агрессор», «тирания», «патриот», «коррумпированный»; б) в экологическом дискурсе – «экологичный», «устойчивый», «зелёный», «токсичный», «эксплуатация» и многие другие.

– ***Риторические приёмы.*** Риторические приёмы – такие как метафоры, аллюзии, отсылки к прецедентным текстам, сюжетам и ситуациям и пр., являются мощным инструментом трансляции ценностей в дискурсе. Они позволяют автору апеллировать к ценностям и убеждениям аудитории, вызывая у нее эмоциональный отклик и формируя желаемое отношение к объекту описания (например, «свобода – это воздух», «знание – это сила»). Такой механизм был описан в работе «Metaphors We Live By» [1980]. Авторы разработали теорию концептуальной метафоры, показывающую, как метафоры влияют на процессы осмысления человеком мира: «Our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature» [Lakoff, Johnson, 1980, p.3]

– ***Аргументацию и убеждение.*** Использование аргументов, которые основаны на ценностях либо оперируют ими (например, «это необходимо для обеспечения безопасности», «это справедливо по отношению ко всем»), также позволяет усиливать аксиологическую составляющую дискурса. Хаим Перельман и Люси Ольбрехтс-Титека разработали теорию «новой риторики» («The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation»), которая рассматривает аргументацию как процесс убеждения аудитории, разделяющей общие ценности и идеалы. Авторы отмечают, что «использование аргументации подразумевает, что человек отказался от применения только силы, что он придает большое значение завоеванию расположения своего собеседника с помощью аргументированного убеждения, и что он не рассматривает его как объект, а

апеллирует к его свободному суждению» [Perelman, Olbrechts-Tyteca, 1969, p. 67]. Х. Перельман и Л. Ольбрехтс-Титека подчеркивали также роль аудитории в оценке аргументов: аргументация должна адаптироваться к конкретной аудитории и использовать стратегии, которые соответствуют ее ценностям и убеждениям.

– **Оценочные высказывания.** Оценочные высказывания представляют собой прямое выражение оценки (например, «это хорошо», «это плохо», «это правильно», «это неправильно»). Работа Н.Д. Арутюновой 1988 года «Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт» является фундаментальной для понимания того, как оценка функционирует в языке, и предоставляет теоретическую базу для дальнейших исследований в области дискурс-анализа и аксиологии. Вот некоторые определения оценки из монографии Н.Д. Арутюновой: «оценка зависит от времени, когда она производится...», «оценка более, чем какое-либо другое значение, зависит от говорящего субъекта», «оценка выражает личные мнения и вкусы говорящего...», «во внутреннем мире человека оценка отвечает мнениям и ощущениям, желаниям и потребностям, долгу и целенаправленной воле. Это создаёт её конфликтность...» [Арутюнова, 1988, с. 6]. Понимание того, как оценка выражается в языке, позволяет анализировать стратегии убеждения, используемые в дискурсе.

– **Дискурсивные стратегии.** Использование стратегий, (например, стратегии поляризации, дискредитации, легитимации и пр.) служит усилению или ослаблению определенных ценностей. Т. Ван Дейк рассматривает дискурс не просто как набор языковых единиц, а как форму социальной практики, которая активно формирует понимание человеком мира, его убеждения и отношения с другими людьми. По мнению автора, дискурс всегда контекстуализирован и обусловлен определенными социальными, политическими и историческими условиями [van Dijk, 2008]. В работе «Discourse and power» Т. Ван Дейк подчеркивает, что дискурс является инструментом власти, с помощью которого доминирующие группы в

обществе продвигают свои интересы, легитимируют своё господство и подавляют альтернативные точки зрения [van Dijk, 2008].

Дискурсивные стратегии играют ключевую роль в формировании и закреплении представлений об идеалах в сознании социума. Е. В. Ключев дает следующее определение коммуникативной стратегии: «это совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» [Ключев, 2002, с. 17]. По мнению О. С. Иссерс, развивающей подход Т.А. ван Дейка, под коммуникативной стратегией следует понимать «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс, 2008, с. 54]. Другими словами, стратегии являются систематическим способом передачи сообщения таким образом, чтобы могли быть выполнены цели и задачи коммуниканта, в нашем случае к таким задачам относится конструирование социальных отношений и идентичностей, а также, систем знания и убеждений. Анализ дискурсивных стратегий позволяет определить способы утверждения одних ценностей в социуме и закрепления их в качестве норм, а также, выявить принципы дискредитации и дискриминации других ценностей.

Можно условно выделить следующие *дискурсивные стратегии*, направленные на конструирование и продвижение ценностей:

- *концептуализация и категоризация ценностей* (определение содержательных границ и оценочного модуса ценности на основе ее дискурсивных интерпретаций, выделение концептуальных признаков, формирующих понятийную основу ценности, часто с помощью апелляций к бинарным оппозициям – «добро» – «зло», «жестокость» – «милосердие» и пр.);
- *нарративизация ценностей* (введение репрезентаций ценностей в разные типы нарративов, создание историй, которые демонстрируют ценности в действии (например, рассказы о героях, совершающих подвиги во имя своей страны, или истории успеха, показывающие, что

трудолюбие и упорство приводят к достижению цели), разворачивание повествований, интерпретирующих «аскиогенные ситуации» лингвокультуры (об аксиогенных ситуациях и их типах см. монографию В.И. Карасика «Языковое проявление личности» [Карасик, 2014, с. 6-29]), создание историй, иллюстрирующих позитивные последствия принятия ценностей и негативные последствия отказа от них);

- *символизация ценностей* (создание устойчивых символических ассоциаций, связанных с ценностью, посредством метафоризации и последующего тражирования метафор в дискурсе с целью оценочной интерпретации ценности);
- *легитимация ценностей* (обоснованность правомерности ценности в глазах общественности, ее обоснованности и законности);

Стратегия легитимации реализуется посредством ряда подчиненных дискурсивных стратегий:

- *рационализация ценностей* (применение логической аргументации с целью обоснования важности ценности, ее необходимости для общественного блага; о важности рационального дискурса для достижения согласия в обществе в отношении легитимности ценности см. книгу Ю. Хабермаса «Моральное сознание и коммуникативное действие» [Хабермас, 2002];

- *нормализация ценностей* (конструирование ценностей как общепринятых и естественных посредством многократного повторения; о «нормализующих» эффектах, которые порождает дискурс и способах их создания писал в своих работах М. Фуко [Фуко, 1996]; С. Холл отмечал особую роль медиа в «нормализации» ценностей [Hall, 2016];

- *универсализация ценностей* (дискурсивное тиражирование идеи о важности ценности для всего общества, утверждение ее применимости к разным людям и ситуациям, транслирование значимости ценности широкой аудитории);

- *дискредитация и делегитимация ценностей* (представление ценностей в дискурсе как вредных, дезориентирующих, социально опасных; интересны в этом отношении рассуждения Т.ван Дейка [1995] о дискурсивных стратегиях исключения, используемых для дискредитации и маргинализации определенных социальных групп и их ценностей, в частности фашистов и идеологии нацизма).

Современные общества характеризуются плюрализмом ценностных ориентиров, что неизбежно порождает конфликты, проявляющиеся как в межличностном взаимодействии, так и в более широких социально-политических процессах. Дискурс, являясь не просто инструментом коммуникации, но и средством конструирования социальной реальности, играет ключевую роль в формировании, воспроизводстве и разрешении этих конфликтов. Конфликты ценностей часто приводят к поляризации в обществе, когда различные группы занимают противоположные позиции по ключевым вопросам. Дискурсивные практики в данном случае становятся инструментом усиления этих противоречий. Стороны конфликта используют язык для подчеркивания различий, создания образа «чужого» и укрепления собственной идентичности. Ш. Муфф, развивая концепцию агонистического плюрализма, отмечает, что *«демократия требует проведения различия между «мы» и «они» таким образом, чтобы это было совместимо с признанием плюрализма, который является неотъемлемой частью современной демократии (перевод автора – М.О.)»* [Mouffe, 2005, р. 14]. Поляризация в дискурсе может проявляться в использовании стигматизирующих терминов, создании упрощенных и искаженных представлений о противоположной стороне, а также в формировании «эхо-камер», где индивиды слышат только подтверждение своих собственных убеждений. «Под эхо-камерами понимают фактически замкнутые коммуникативные пространства, образованные посредством объединения людей со сходными взглядами (в широком смысле) и эмоциями, сопутствующими этим взглядам, когда субъекты с отличными взглядами

намеренно не допускаются в эти пространства, их взгляды специальными методами и приемами дискредитируются и «разоблачаются»» [Бажанов, 2022, с. 154].

В контексте идеологической борьбы дискурс выступает как арена для утверждения и легитимации определенных политических и идеологических взглядов. Как отмечал Антонио Грамши в своих «Тюремных тетрадах» (1971г.), борьба за гегемонию включает в себя стремление к культурному лидерству, посредством которого доминирующий класс (или блок классов) получает согласие управляемых через формирование и распространение определенных идей и ценностей [Gramsci, 1971, p. 45]. Грамши подчеркивал, что гегемония подразумевает не только экономическое и политическое превосходство, но также моральное и интеллектуальное руководство, осуществляемое в том числе через институты гражданского общества [Gramsci, 1971, p. 45]. Дискурсивные практики используются для создания позитивных образов собственной идеологии, дискредитации альтернативных взглядов и мобилизации сторонников. Эта борьба может принимать различные формы, от пропаганды и агитации до манипулирования информацией и создания «фейковых новостей». Влияние контекста на аксиологическую составляющую дискурса представляет собой сложную и многогранную проблему, требующую пристального внимания к социокультурным и историческим факторам.

1.2.2. Концепт «экологическая безопасность» в системе индивидуальных и коллективных ценностей социума

Ценностная картина мира не является статичной, система ценностных ориентиров подвержена изменениям, вызванным влиянием различных культурных и социальных факторов, таких как технологический прогресс, общественные движения, культурные обмены и экономические сдвиги. Дискурсивные практики отражают эти изменения, фиксируя появление новых ценностных доминант, переосмысление традиционных ценностей и

возникновение конфликтов ценностей. Рональд Инглхарт в своей теории постматериализма, представленной в работе «Тихая революция: меняющиеся ценности и политические стили населения западных стран» (1977г.), показал, как экономический рост и повышение уровня безопасности приводят к смещению ценностей от материальных потребностей к нематериальным, таким как самовыражение и качество жизни. Автор отмечал, что «когда есть хотя бы минимальная экономическая и физическая безопасность, потребности в любви, принадлежности и уважении становятся все более заметными; и когда все это удовлетворено, интеллектуальное и эстетическое удовлетворение приобретает первостепенное значение» [Inglehart, 1977, p. 363]. Таким образом, можно заключить, что сдвиг в ценностях является долгосрочным процессом, который находит своё проявление в смещении политических приоритетов, норм, утвердившихся в социуме, и в пересмотре личных убеждений индивида.

В современном динамично изменяющемся мире, характеризующемся глобализацией, техническим прогрессом и возрастающей взаимозависимостью различных аспектов жизнедеятельности человека, особую актуальность приобретает проблема безопасности. Безопасность, понимаемая не только как отсутствие непосредственной угрозы физическому существованию, но и как состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства, становится одной из ключевых ценностей, определяющих качество жизни индивида и социума.

В современных условиях концепт «безопасность» распадается на множество видов, поскольку данная ценность значима во всех сферах жизни общества, и ее роль остро ощущается в случае возникновения угрозы и/или нарушения стабильности. Так, масштабное использование информационно-коммуникационных технологий вывело на повестку дня вопрос о безопасности в компьютерно-цифровом пространстве, предоставляющем сегодня особые инструменты сбора, хранения, распространения информации,

цифровые средства и каналы институциональной и межличностной коммуникации.

Безопасность, будучи фундаментальной потребностью человека [Maslow, 1943], представляет собой сложную и многоаспектную ценность, значимую как на индивидуальном, так и на коллективном уровне. Безопасность любого типа (финансовая, информационная, экологическая, физическая, психологическая и пр.) может переживаться как индивидуальная и коллективная ценность.

На уровне **индивида**, безопасность проявляется в стремлении к физической и психологической неприкосновенности, предсказуемости окружающей среды и контролю над ситуацией. Лингвистически это выражается в использовании:

- *языковых средств выражения страха и тревоги*, например, описание потенциальных угроз, акцентирование на уязвимости («Я боюсь...», «Меня беспокоит...», «Мы беззащитны перед...»);
- *конструкций, направленных на самозащиту и избегание рисков* в инструкциях по безопасности, предостережениях, советах («Будьте осторожны...», «Не приближайтесь...», «Избегайте...»);
- *нарративов личной безопасности* – истории о преодолении опасности, рассказы о мерах предосторожности, которые служат примером для подражания.

На уровне **коллектива** (семья, группа, общество, государство), безопасность приобретает социально-политическое измерение. Она связана с защитой общих ценностей, сохранением идентичности, стабильностью и благополучием. Лингвистические маркеры коллективной безопасности включают:

- *использование местоимений первого лица множественного числа* («мы», «наш») с целью создания чувства общности и солидарности перед лицом угрозы («Мы должны защитить нашу страну...», «Наша безопасность превыше всего...»);

- *апелляции к общим ценностям и коллективной идентичности* – акцентирование на культурном наследии, исторических связях, моральных принципах, которые необходимо защитить («Наши традиции в опасности...», «Мы должны сохранить нашу культуру...»);
- *дискурсивное конструирование образа «врага» или «чужого»* – определение источника угрозы, наделение его негативными характеристиками, создание бинарной оппозиции «мы – они» («Враг не дремлет...», «Они угрожают нашей безопасности...», «Чужаки хотят разрушить наш мир...»);
- *дискурсивная легитимация мер по обеспечению безопасности* – обоснование необходимости ограничений, контроля, насилия (в крайних случаях) для защиты коллектива («Во имя безопасности...», «В целях защиты граждан...», «Мы вынуждены принять эти меры...»).

Важно отметить, что дискурс безопасности может применяться в манипулятивных целях. Страх и тревога, вызванные потенциальными угрозами, могут быть использованы для оправдания политических решений, ограничения свобод, контроля над населением [см., например, работы Chomsky, 1988; Fairclough, 1989]. Лингвистический анализ позволяет выявить риторические приемы, используемые для создания ощущения угрозы и манипулирования общественным мнением.

Исследование дискурса безопасности требует *междисциплинарного подхода* к объекту. В *аспекте социолингвистики* исследуется влияние социальных факторов, таких как социальная страта, пол, возраст, этническая принадлежность, на восприятие и конструирование безопасности [Кузнецов, 2007; Огий, 2011 и др.]. *Психология* изучает психологические механизмы, лежащие в основе страха, тревоги и стремления к безопасности [Баева, 2002; Грачев, 2003; Лызь, 2005 и др.]. *Политическая лингвистика* анализирует то, как язык используется для легитимации политических решений, связанных с безопасностью, изучает способы манипулирования аудиторией в политических целях, а также рассматривает лингвистические стратегии и

приемы предотвращения подобного манипулятивного воздействия и использования языка для обеспечения социальной и политической стабильности [Campbell, 2005; Шейгал, 2004; Будаев, Чудинов, 2006; Плотникова, Томилова, 2022 и др.].

В зарубежной лингвистике к успешным опытам изучения социально-психологического феномена безопасности в аспекте политической лингвистики можно отнести, например, работу Дж. Лакоффа «Don't think of an elephant! Know your values and frame the debate» [Lakoff, 2004], в которой анализируется фреймирование в политическом дискурсе, в том числе дискурсе безопасности, а также исследование К.К. Кэмпбелла «Agency: Promiscuous and Protean» [Campbell, 2005], рассматривающее концепцию «агентности» (способности индивидуума или социальной группы действовать самостоятельно, принимать решения, осознанно влиять на события и осуществлять контроль за собственной жизнью) в контексте безопасности и идентичности. В отечественной лингвистике анализировались семиотические механизмы, используемые для создания и поддержания власти в политическом дискурсе, в том числе в дискурсе безопасности [Шейгал, 2004], рассматривалась роль метафоры в конструировании политических концептов, включая безопасность [Будаев, Чудинов, 2006] и пр.

Важнейшим аспектом безопасности является в настоящее время безопасность экологическая (как коллективная, так и индивидуальная), она активно изучается в плане дискурсивных стратегий, используемых для формирования общественного мнения в отношении проблем экологии, в первую очередь в дискурсе медиа.

Важность отражения проблем сохранения окружающей среды в текстах различной жаровой отнесенности позволило выделить «экологический дискурс» как особый, тематически обусловленный тип коммуникации. В настоящее время *экологический дискурс* как объект изучения привлекает особенное внимание исследователей, что обусловлено как

экстралингвистическими факторами (драматичными темпами изменения климата, стремительным глобальным потеплением, истощением ресурсов и др.), так и интересом лингвистики к рассмотрению актуальных дискурсивных форматов с привлечением новейших методов исследования (в том числе статистических методов корпусной лингвистики). Необходимо отметить, что определенную полемику вызвало само определение понятия «экологический дискурс». Так, Е. В. Иванова определяет экологический дискурс как «совокупность устных и письменных текстов различных функциональных стилей и жанров, обусловленных ситуацией общения на экологические темы» [Иванова, 2007, с. 4]. А. В. Зайцева предлагает следующее определение экологического дискурса: «Это сложное коммуникативно-речевое явление, представляющее собой, с одной стороны, вид социальной коммуникации, в основе которой лежит речемыслительная деятельность людей в определенном историко-культурологическом контексте на базе общего предмета – экологии и охраны окружающей среды, выступающих в качестве ключевых концептов; с другой стороны, это совокупность экологических текстов различных коммуникативно-речевых сфер (науки и публицистики, художественной литературы, официально-делового и бытового общения), объединенных общей темой и формирующих экологическое сознание реципиентов» [Зайцева, 2014, с. 23]. Очевидно, что пространство экологического дискурса формируется текстами разной жанровой отнесенности, объединенными общей тематикой – проблемами экологии.

Лингвистический анализ медиадискурса экологической безопасности позволяет выявить ключевые механизмы дискурсивного конструирования экологических угроз, а также описать приемы реализации стратегии привлечения внимания к проблеме экологической безопасности и стратегии побуждения к действию в целях достижения и поддержания состояния экологической защищенности.

1. Конструирование экологических угроз:

- *использование терминологии, вызывающей тревогу*: «экологическая катастрофа», «загрязнение окружающей среды», «глобальное потепление», «истощение ресурсов»; выбор терминов с негативной коннотацией усиливает ощущение опасности;
- *«визуализация» угроз*: описание последствий экологических проблем в ярких и эмоциональных выражениях (например, описание загрязненных рек, умирающих животных, опустынивания территорий с использованием эмоционально-оценочной лексики и стилистических тропов);
- *акцентирование на масштабе проблемы*: использование количественных показателей, статистики, графиков для демонстрации масштаба экологических проблем (например, представление в медиадискурсе данных о выбросах парниковых газов, площади вырубленных лесов, количестве исчезнувших видов животных);
- *создание образа «экологического врага»*: определение виновников экологических катастроф, описание деятельности компаний, правительственных органов, потребителей как приносящей вред здоровью экологии или несущей потенциальную угрозу (например, обвинение нефтяных компаний в загрязнении окружающей среды, правительств – в непоследовательной экологической политике, потребителей – в неумеренном потреблении).

2. *Привлечение внимания и воздействие на читателя:*

- *использование сенсационных заголовков*: привлечение внимания к статье с помощью эмоциональных и иногда гиперболизированных заголовков (Например, «Экологическая катастрофа надвигается!», «Планета на грани гибели!»);
- *персонафикация проблем*: увязывание экологических проблем с конкретными людьми, историями, судьбами (например, рассказ о семье, пострадавшей от загрязнения окружающей среды, или о фермере, потерявшем урожай из-за засухи);

- *апелляция к эмоциям*: использование языковых средств, вызывающих сочувствие, страх, гнев, тревогу (например, описание страданий животных, последствий загрязнения для здоровья людей, угрозы будущим поколениям);
- *использование риторических вопросов*: применение вопросов, которые заставляют читателя задуматься об экологических проблемах и своих возможных действиях в их отношении (например, «Что мы оставим своим детям?», «Готовы ли мы пожертвовать будущим ради сегодняшней выгоды?»).

3. Побуждение к действию:

- *предложение возможных решений*: описание возможных способов решения экологических проблем, в том числе внедрения новых технологий, политических мер, личных действий граждан;
- *призыв к действию*: прямой призыв или косвенное побуждение адресата к участию в экологических акциях, экономической поддержке экологических организаций, изменению потребительского поведения, голосованию за экологически ответственных политиков;
- *создание чувства ответственности*: акцентирование идеи, что каждый человек несет ответственность за состояние окружающей среды и может внести свой вклад в решение экологических проблем;
- *использование позитивного/негативного фрейминга*: подчеркивание возможностей и преимуществ экологически устойчивого развития, описание *позитивных сценариев*, связанных с созданием новых рабочих мест, улучшением качества жизни, надежным будущим в мире с благополучной экологией; представление *негативных экологических сценариев* (жизнь без чистой воды и воздуха в непереносимых для человека температурных условиях; релокация миллиардов людей из-за затопления территорий ряда стран; лесные пожары, охватившие целые континенты и пр.).

При рассмотрении экологического дискурса дискуссионным вопросом является определение его *ключевых концептов*. Так, в качестве ведущих концептов экологического дискурса исследователи выделяют *экологию* и *охрану окружающей среды* [Зайцева, 2014, с.23]. По мнению Е.В. Ивановой, «ключевыми концептами экологического дискурса являются *природа* и *состояние окружающей среды*» [Иванова, 2007, с. 4]. На наш взгляд, дискурсообразующим концептом экологического дискурса необходимо считать концепт «*экологическая безопасность*», так как любой тип дискурса антропоцентричен по своей природе и отражает ценностную картину мира социума либо индивида, а экологическое благополучие в настоящее время коренным образом влияет на возможность удовлетворения любых потребностей человека, как базовых, так и высших.

Концепт «безопасность» к настоящему моменту уже становился объектом лингвистического описания. Так, в диссертации М.П. Ефремовой был проведен комплексный анализ лексических единиц английского языка, вербализующих концепт SAFETY/SECURITY [Ефремова, 2021]. На основе анализа коллокаций, извлеченных с помощью корпусной поисковой системы SketchEngine, текстов разных жанров (официальных документов открытого доступа и материалов ведущих англоязычных изданий СМИ, посвященных вопросам безопасности), была выявлена фреймовая структура концепта [Там же]. «Экологическая безопасность» была выделена в результате исследования М.П. Ефремовой как один из ключевых терминалов фрейма SAFETY/SECURITY наряду с «информационной безопасностью», «финансовой безопасностью», «национальной безопасностью» и «безопасностью личности» [Ефремова, 2021, с 179].

Актуальным становится изучение лингвистического аспекта репрезентации дискурсивных практик *кибербезопасности* в современном дискурсивном пространстве, «целью которых является трансфер знаний о безопасных моделях онлайн-поведения пользователей, стимулирование

онлайн-практик, защищающих личное пространство и информацию от посягательств» [Кочетова, Ильинова, 2023].

Активно исследуется в настоящее время в рамках различных научных парадигм *лингвистическая безопасность*, под которой понимают «систему действий, направленных на предотвращение бесконтрольного использования лингвопсихологических приемов информационного воздействия на индивидуальное и массовое сознание» [Ястребова, Гарцуева, 2024, с.41]. При этом экологическая безопасность как лингвокультурный концепт, репрезентированный в англоязычном медиадискурсе, до настоящего момента не становилась объектом отдельного комплексного описания.

Выводы к главе 1

Ценностная картина мира, объективно выделяемая в языковой картине мира, содержит систему моральных императивов, этических норм и поведенческих правил. Она реконструируется в языке в виде взаимосвязанных оценочных суждений, соотносимых с юридическими, религиозными, моральными кодексами, общепринятыми суждениями здравого смысла, известными литературными сюжетами. Ценности как абстрактные идеалы выступают в качестве ориентиров для оценки ситуаций, принятия решений и определения целей. При этом их интерпретация и применение могут варьироваться в зависимости от культурного, исторического и социального контекста.

Проблема моделирования ценностей на основе их языковой репрезентации рассматривается в рамках двух парадигм – дискурсивной и концептологической. В рамках *дискурсивного подхода* ценности трактуются как «динамичные» явления, которые проходят этапы формирования и преобразования в процессе языковой и текстовой реализации. Ценности конструируются и поддерживаются через язык, их содержание обуславливается контекстом, поскольку в разных дискурсах одна и та же лексическая единица может приобретать разные коннотации.

Концептуальный подход к изучению ценностей акцентирует внимание на ментальных репрезентациях и структурах, которые возникают в сознании индивида при осмыслении ценностей. Концептуальный подход сфокусирован на том, как ценности получают репрезентацию в сознании человека – на их содержательной структуре, признаках (в ядре и периферии), а также ассоциациях и связи с другими концептами.

Как важнейшая категория лингвокультурологии концепт получил целый ряд трактовок, однако, важнейшей определяющей характеристикой лингвокультурного концепта следует считать его ценностный характер. Являясь «квантом переживаемого знания» (В.И.Карасик), будучи частью национальной (этнической) концептосферы, лингвокультурный концепт всегда имеет ценностную составляющую, во многом определяющую его прочие содержательные компоненты. В силу этого в настоящем исследовании понятия «лингвокультурный концепт» и «ценность» *используются как взаимозаменяемые*. Оперирование термином «концепт» в отношении «ценностей» позволяет привлечь в ход исследования методологический аппарат лингвоконцептологии.

Аксиологическая составляющая дискурса – это ценностный фундамент, на котором строится коммуникативное взаимодействие. В каждом высказывании, тексте прослеживаются оценочные суждения и убеждения говорящего или пишущего. Ценности, явные или скрытые, формируют структуру и содержание дискурса, определяя его направленность и воздействие на аудиторию. Анализ аксиологических аспектов дискурса позволяет раскрыть глубинные механизмы смыслообразования и понять, как ценности влияют на социальные процессы.

К основным механизмам дискурсивного конструирования ценностей относят: выбор лексики, риторические приемы, аргументацию и убеждение, оценочные высказывания и дискурсивные стратегии. Можно условно выделить следующие **дискурсивные стратегии**, направленные на конструирование и продвижение ценностей: концептуализация и

категоризация ценностей; нарративизация ценностей; символизация ценностей; легитимация ценностей (рационализация ценностей, нормализация ценностей, универсализация ценностей), дискредитация и делегитимация ценностей.

Являясь фундаментальным элементом социального взаимодействия, дискурсивные практики представляют собой не только способы обмена информацией между участниками коммуникативного акта, но и эффективное средство, с помощью которого осуществляется формирование и выражение коллективных ценностей. Интерпретация концепта/ценности, оценочная прагматика объективирующих его единиц всегда дискурсивно-обусловлена. Любой тип дискурса может становиться той средой, которая видоизменяет концепт. Однако наиболее существенное воздействие на ценности оказывает именно медиадискурс. Средства массовой информации не просто транслируют идеи и концепции, вводя их в публичное пространство и придавая им значимость, но и дополняют их содержание, меняют оценки, формируя тем самым их восприятие в сознании членов дискурсивного сообщества.

В условиях глобализации, технического прогресса и возрастающей взаимозависимости различных аспектов жизнедеятельности человека особую актуальность приобретает проблема безопасности. Безопасность, будучи фундаментальной потребностью человека, представляет собой сложную и многоаспектную ценность. Безопасность любого типа (финансовая, информационная, экологическая, физическая, психологическая и пр.) может переживаться как индивидуальная и коллективная ценность. Важнейшим аспектом безопасности является в настоящее время безопасность экологическая, она активно изучается в плане дискурсивных стратегий, используемых для формирования общественного мнения в отношении проблем экологии, в первую очередь в дискурсе медиа.

ГЛАВА 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ КОНЦЕПТОВ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

2.1. Основные характеристики медийного дискурса как фактора культурной консолидации

Современное общество, представляющее собой систему социальных институтов, претерпевает существенные преобразования, одной из причин которых стала активная интеграция Интернета и многообразных цифровых технологий в жизнь человека. Интенсификация коммуникативных процессов и развитие медиа привели к трансформации традиционной системы коммуникации и расширению функций медийного дискурса, который из средства информирования превратился в основной инструмент воздействия, формирующий общественное сознание. Развитие СМИ глобально затрагивает социальную структуру, устоявшиеся социальные практики и механизмы институционального регулирования. Возросшая роль масс-медиа, изменивших способы формирования общественного мнения, повлекло за собой возникновение особой медиакультуры, новых социальных практик и технологий.

Согласно трактовке Т.Г. Добросклонской, медийный дискурс является многосоставным коммуникативным явлением, характеризующимся лингвистическими особенностями, обусловленными набором экстралингвистических факторов (социальным контекстом, участниками коммуникации, механизмами производства, распространения и восприятия информации, а также культурно-идеологическими особенностями общения, определяющими характер потенциального взаимодействия) [Добросклонская, 2010, с. 184].

Прежде чем охарактеризовать медийный дискурс как разновидность дискурса вообще, определим понятие «дискурс» и охарактеризуем основные теоретические положения, принятые в современной науке. В модели, предложенной Р. Якобсоном, дискурс имеет коммуникативную природу и

определяется в общем виде как обмен высказываниями, основанный на взаимодействии адресанта и адресата, которые, используя общий код и контекст, поддерживают обратную связь и смену ролей в рамках социальных статусов [Jakobson, 1963, с. 197]. Один из наиболее авторитетных ученых в сфере дискурсивной проблематики Т.А. ван Дейк определяет дискурс как когнитивно обусловленное единство языковой формы, знаний и действий, в котором содержание высказывания формируется под влиянием ситуативных и когнитивных факторов, а его структура сопоставляется с последовательностью событий, отраженных в тексте, что подчеркивает его связь с когнитивными процессами, лингвистическими и экстралингвистическими аспектами коммуникации [Ван Дейк, 1989, с. 121]. В своих определениях Т.А. Ван Дейк и Р. Якобсон акцентируют многогранную структуру рассматриваемого понятия, обозначая как внутренние механизмы формирования дискурса, так и функционирование дискурса в институциональном и межличностном взаимодействии, акцентируя внимание преимущественно на его ситуативных характеристиках.

Ситуативное понимание дискурса представлено в работах отечественных исследователей. Согласно Н.Д. Арутюновой [Арутюнова, 1999] и другим российским исследователям (Г.Р. Власян [Власян, 2008], В.Е. Чернявская [Чернявская, 2006]), дискурс представляет собой текст, интерпретируемый в событийном аспекте, где ситуативный контекст, включая прагматические, социокультурные и психологические условия, играет ключевую роль в порождении и понимании потенциального высказывания. Т.М. Грушевская дополняет ситуативные определения дискурса указанием на его процессуальный характер и фокусируется на его текстовых характеристиках, подчеркивая, что текст выступает результатом когнитивного и речевого процесса, то есть анализ конкретной ситуации или события позволяет выявить не только содержание дискурса, но и его

процессуальные черты, которые находят формализованное выражение в тексте [Грушевская, 2002, с. 3].

Понимание дискурса как единства текста, контекста и когнитивного процесса создает основу для анализа его разнообразных форм, включая медиадискурс, который отражает те же принципы, но в условиях медийной среды, которая предъявляет свои уникальные требования к содержанию и способам коммуникации. Именно развитие исследований речевой деятельности в массмедиа и распространение концепции дискурса способствовали становлению термина «медиадискурс»/ «медийный дискурс» как центрального объекта медиалингвистики наряду с медиатекстом, что изменило направление изучения языка СМИ [Добросклонская, 2010, с. 49].

М.Л. Макаров трактует медийный дискурс как коммуникацию в рамках медийного общения, формирующуюся на основе социального контекста, целей сообщения и коммуникативных намерений автора, что определяет его лексико-синтаксические особенности и направленность [Макаров, 2003, с. 118]. Н.И. Клушина рассматривает медийный дискурс как ключевую форму массово-коммуникативного дискурса (сохраняя двойную адресацию, с одной стороны, он взаимодействует с непосредственным участником коммуникации, а, с другой, воздействует на массовое сознание посредством создания текстов, адаптированных к культурным и социальным контекстам), отражающую идеи, ценности и стереотипы эпохи, которые транслируются через средства массовой информации [Клушина, 2010, с. 28]. Из этого следует, как справедливо отмечает М.Р. Желтухина, что медийный дискурс играет ключевую роль в управлении общественным сознанием, участвуя в саморегуляции информационных потоков, которые воздействуют на массовое сознание и общественное мнение [Желтухина, 2008, с. 11]. Таким образом, медийный дискурс обладает способностью конструировать вторичную реальность, которая может быть, как позитивной (стабилизирующей общественные настроения через устоявшиеся ценностные ориентации этнокультурного сообщества), так и конфликтной

(провоцирующей критическое осмысление современности/исторических событий) [Стародубова, 2020, с. 288].

В.И. Карасик выделяет три ключевые функции медийного дискурса [Карасик, 2002, с. 204]: информирование (будучи исходной задачей медиадискурса, отличается избирательностью содержания и вариативностью адресатной направленности, что делает его неотделимым от влияния на аудиторию), воздействие (проявляется в профессиональном информировании через идеологический компонент, тогда как успешность обеих функций зависит от способности привлечь внимание аудитории) и развлечение.

Таким образом, медийный дискурс содержит стандартные элементы статусно-ориентированного типа общения: цели (информирование, убеждение, развлечение), участников (адресант (СМИ, журналист) и адресат (массовая аудитория, целевые группы)), хронотоп (пространственно-временной контекст, в котором происходит коммуникация (реальные/виртуальные события)), ценности (социальные, культурные, идеологические ориентиры, отражающие мировоззрение целевой аудитории), коммуникативные стратегии (аттрактивная, объяснительная, иллюстративная, аргументативная, оценочная), жанры (новости, репортажи, интервью, аналитические статьи, ток-шоу и т.д.) и дискурсивные формулы (устойчивые речевые конструкции, используемые для усиления воздействия, н-р., цитаты, прецедентные высказывания и пр.).

Обладая огромным воздействующим потенциалом, СМИ помимо информирующей функции активно участвуют в трансформации различных сторон общественной жизни., формируя «социальный ландшафт», регулируя социальные практики, в том числе и межличностные отношения. Медiateхнологии как новые социальные механизмы влияния сформировали особую медиакультуру, возникли такие явления как медиасреда, медиaprактики, медиареальность, медиатехнологии, медиакартина мира, медиакommunikация, медиаконтент, медиaproдукт и др.

Понятие медиатизации (mediatization) было предложено британским филологом Дж. Томпсоном, которое исследователь определил, как «наделение базовых элементов социальной и культурной реальности медиалогикой или медиаформой» [Thompson, 1993, p.29]. Дополнение и своего рода усовершенствование определения находим позднее у С. Хьярварда, автора институциональной теории медиатизации: медиатизация – это «двусторонний процесс высокого модернизма, в котором медиа, с одной стороны, возникают как независимый институт со своей собственной логикой, к которой должны приспосабливаться другие социальные институты. С другой стороны, медиа одновременно становятся неотъемлемой частью других институтов, таких как политика, работа, семья и религия, поскольку все больше и больше этих институциональных видов деятельности осуществляются как через интерактивные, так и через массовые медиа» [Hjarvard, 2008, с.105]. Также, С. Хьярвард подсвечивает характерную черту медиатизации, которая заключается в расширении спектра возможностей в области виртуального взаимодействия, медиа расширяют наши контакты с событиями и явлениями [Hjarvard, 2008, с.111].

Сегодня можно говорить о существенном росте исследований и публикаций по анализируемой теме, активно изучаются различные стороны медиатизации общественной жизни [Cloudry, 2008; Hjarvard, 2012; Krotz, 2007; Mediatization, 2009]. При всех различиях в подходах к анализу медиатизации этих и других авторов, представляется возможным обобщить принципиальную точку зрения западных исследователей: «...медиатизация является обоснованным в модификации коммуникаций основным принципом, по которому люди «конструируют» социальный и культурный мир»; «...медиатизация по своему существу подразумевает, что влияние современных массмедиа на общество несет формирующий, образующий характер; медиа меняют его форму и социальные взаимные ожидания определенных действий» [Mediatization, 2009, с. 50].

Как отмечает датский социолог, Стиг Хьярвард в труде «The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change», понятие медиатизации прежде всего относили к влиянию средств массовой информации на сферу политики [Hjarvard, 2008, p.106]. Автор приводит в своём исследовании факт о первом упоминании медиатизации политической жизни исследователем СМИ из Швеции, Кентом Аспом. По его мнению, данный феномен представляет собой процесс, при котором «политическая система в высокой степени находится под влиянием СМИ и приспосабливается к их требованиям в освещении политики» [Asp, 1986, p.359]. Одна из форм этой адаптации заключается в том, что политики формулируют свои публичные заявления в терминах, которые персонализируют и поляризуют проблемы, таким образом, что сообщения имеют больше шансов получить освещение в СМИ. К. Асп рассматривает растущую независимость СМИ от политических источников как еще один признак медиатизации, поскольку СМИ таким образом получают еще больший контроль над контентом СМИ» (*перевод автора – М.О*) [Hjarvard, 2008, с.106].

В работах отечественных ученых само понятие «медиатизация» впервые появилось в работе Т. В. Андриановой и А. И. Ракитова еще в 1991г. [Андрианова, Ракитов, 1991]. Авторы отмечают способность медиатизации оказывать влияние на структуры общества. «С самого начала этот термин использовался в целях описания особой технико-технологической инфраструктуры, призванной обеспечить индивидуальный и коллективный доступ ко всем духовным богатствам информационной цивилизации» [Дзялошинский, 2015, с.33]. Позднее о медиатизации стали говорить, как об особом типе социального пространства [Шаронов, 2008]. Расширяя и углубляя научный анализ, отечественные ученые концентрировали свое внимание на различных сущностных сторонах медиатизации, признавая особое системное образующее влияние массмедиа на общественные структуры. Медиа, по мнению Н. Б. Кирилловой, это «целая среда, в которой

производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» [Кириллова 2005, с. 22]. С точки зрения И. В. Рогозиной, это процесс воздействия на мышление индивидов, «выражающийся в формировании картины мира посредством специфических медийных когнитивов...» [Рогозина, 2003, с. 121]. Поэтому обоснованно впоследствии стали говорить о медиатизации общества как особом типе социального пространства: «Общество всё больше наполняется медиатизированными формами социальной и культурной жизни» [Шаронов, 2008].

В монографии «Медиа социология: теория и практика» В.П. Коломиец исследует погружение общества в медиатизированную социальную и культурную жизнь, и отмечает следующее: «Медиатизируются повседневность, работа и отдых, социальные отношения, предприятия и институты, политика и экономика, социализация и идентификация, культура и общество. Невозможно найти такой сегмент общественной жизни, куда не были бы инкорпорированы медиа» [Коломиец, 2014, с. 84–85]. Однако, как отмечает А.Н. Гуреева, такие изменения, затронувшие все области социальной жизни, вызвали зависимость от медиапотребления, которое предоставляет доступ ко всей необходимой информации из различных каналов коммуникации: «Глобальная медиатизация и технологизация привели к созданию единого медийного социального пространства, позволив социуму непрерывно получать информационно-коммуникативный опыт» [Гуреева, 2016]. Впоследствии в отечественном дискурсе понятие медиатизации стало связываться с манипулятивным воздействием СМИ на сознание социума, направленным на формирование картины мира с помощью определённых «медийных когнитивов» [Рогозина, 2003, с.121].

В исследованиях медиатизации представляется значимым упоминание о таком феномене как медиаконтент, в котором, собственно, заключён потенциал медиатизации, поскольку именно он «формирует не только ценностно-ориентировочное отношение, но и социальные практики медиапотребления, институционально-нормативные комплексы, а в целом,

медиасоциальную реальность» [Примаков, 2019, с. 228]. Медиаконтент (от англ. «содержит, содержание, включает в себя») – это информация, ее медийное (текстовое, визуальное, звуковое, графическое и пр.) содержательное оформление. «Можно сказать, что контент – это культурный агент, а медиапродукт – экономический. Конечно, суть медиапродукта составляет его контент, т. е. символическое содержание, которое носит полисемичный характер и несет в себе определенные ценности, мировоззрение. Учитывая, что постижение мира человеком происходит через личный опыт и опыт, почерпнутый из массмедиа, медиапродукты выполняют функцию социализации, формирования общественного мнения, духовной атмосферы общества» [Коломиец, 2014, с. 127–128]. Именно медиаконтент несет в себе потенциал медиатизации, поскольку формирует не только ценностно-ориентировочное отношение, но и социальные практики медиапотребления, институционально-нормативные комплексы, а в целом, медиасоциальную реальность. Ибо главная социальная функция массмедиа – формирование картины мира [Шмелева, 2015].

Т. В. Шмелева выводит следующее определение медиатизации: «Это процесс качественных изменений социальных коммуникаций, вызванный воздействием медиа, которые из институции, отражающей жизнь, становятся фактором, определяющим существенные моменты жизни общества и современной личности» [Шмелева, 2015, с.145]. Такие изменения прежде всего осуществляются при помощи электронных ресурсов, доступных во всём мире [Моргунов, 2013, с.30]. А.А. Моргунов выводит следующие постулаты: медиатизация служит фундаментом информационного общества, и более того, наряду со своей инженерно-технической сущностью, «она приобретает особый гуманистический смысл, отражающий глубинные сдвиги в социокультурных пластах и механизмах человеческой жизнедеятельности» [там же]. Автор также приходит к заключению, что масс-медиа стали обладателями мощной силы, оказывающей влияние и задающей направление формирования как ценностей в обществе, так и

мировоззрения на уровне личности: «Им принадлежит лидерство в области идеологического воздействия на общество и личность. Они стали трансляторами культурных достижений и, бесспорно, влияют на принятие либо отрицание обществом тех или иных ценностей культуры» [Моргунов, 2013, с.34].

В 1960-е годы канадский культуролог М. Маклюэн выдвигал предположение о том, что развитие сферы медиа повлечёт за собой качественные изменения жизни социума, и такие изменения учёный назвал понятием «расширения человека» [Маклюэн, 2007], что, по мнению Т.В. Шмелевой, подразумевает расширение «коммуникативных и цивилизационных возможностей индивида» [Шмелева, 2015, с.146].

Выделяется два измерения изучения медиатизации – социальное и личностное. В социальном аспекте принимаются во внимание изменения вопросы формирования общественного сознания, управления обществом и регулирования социальных практик. Ник Колдри и Андреаса Хепп пишут, что институциональная традиция в какой-то степени трактует медиа как самостоятельную социальную систему, обладающую собственным сводом правил. По их мнению, медиатизация – это «адаптация различных социальных сфер либо систем (например, политических либо религиозных) к этим институционализированным правилам» [Couldry, Hepp, 2013, p. 196]. Данные правила были названы Дэвидом Элтейдом и Робертом Сноу «медиалогикой» [Altheide, Snow, 1992].

Как отмечают ученые, медиатизация представляет собой социальный процесс, в котором медиа не только является самостоятельной системой, но и частью других систем, которые зависят от медиа гораздо больше, чем в прошлом, а социальная деятельность на современном этапе активно планируется. Активное вовлечение медиа в институты образования, науки, медицины и др. приводят к возникновению новых типов дискурсивных практик, образованных на стыке медиа и соответствующего института, нарушающих традиционные правила и формы коммуникативного

взаимодействия и способствующие внедрению новых концептов, моделей поведения и ценностных ориентиров.

В тоже время Стив Хьявард в 2008 г. высказал мнение, что медиа представляет собой часть социальной и культурной системы, в то же время она независима от других культурных и социальных систем и координирует их взаимодействие. Превращение медиа в независимую систему связано с постоянно растущей дифференциацией труда во многих сферах современного общества [Hjarvard, 2008, p. 117]. Медиа взаимодействует с другими социальными структурами, однако отличается более автономной позицией по сравнению с другими системами, которые находятся исключительно под контролем рынка.

Личностное измерение медиатизации прослеживается на уровне изменения коммуникативных привычек членов социума, стиля жизни отдельных индивидов и группы в целом, которые встраиваются в современные коммуникативные процессы, существенно меняющие характер их потребления, общения, досуга и других сторон жизни. С другой стороны, как отмечает Е.Л. Вартанова, «медийный человек», «ни экономическое, ни социальное, ни даже индивидуальное бытие» которого «невозможно без участия в массовой коммуникации» [Вартанова, 2009], постоянно меняет стратегии медиапотребления, расширяет свои коммуникативные возможности, применяя манёвры для «получения максимальной коммуникационной выгоды или стать на путь медиааскезы» [Еремина, 2015].

Неоднозначная оценка медиатизации проявляется в том, что она, с одной стороны, расширяет когнитивную базу членов дискурсивного сообщества, обогащая ее новыми знаниями о мире, обществе и самом человеке, расширяет границы пространства и времени; с другой стороны, на сегодняшний день интернет-зависимость считается психическим расстройством [Войскунский, 2004]; отмечается потеря современными людьми навыков реальной коммуникации. Парадокс ситуации заключается в том, что коммуникация как одно из проявлений медиатизации наносит ущерб

коммуникативности. Другая проблема заключается в том, что возникает большое количество деструктивных текстов, оказывающих негативное воздействие на сознание, формирующих страхи, неуверенность, тревожность, а также подрывающих общественную стабильность. Медиатизация различных сфер жизни, научных концептов и терминов, специальных знаний требует выработки критериев безопасного существования в медиатизированном обществе, а также изучения последствий медиатизации. Вместе с тем подобная рефлексия требует обращения к психологии, социологии, экономики и другим научным дисциплинам, что делает исследования в этой области междисциплинарными.

«Исходя из результатов исследований, проведённых такими учёными, как Д. Смайт, В. Моско, А. Моль, участие человека в процессах массовой коммуникации является основным фактором, которое позволяет ему проявляться в других сферах бытия – экономической, социальной и индивидуальной» [Цит. по: Вартанова, 2009]. В исследовании 2009 года «СМИ и журналистика в пространстве постиндустриального общества» Е.Л. Вартановой приводятся следующие заключения, касающиеся внедрения медиатизации в жизнь человека: «индивидуальная картина мира каждого человека создается СМИ, то есть, медиатизированной информацией; все важные политические решения современный человек «сверяет» со СМИ; присутствие человека в медиапространстве означает одновременно и удовлетворение его медиазапросов, и вовлеченность его в процессы потребления, а, следовательно, и экономического производства в современном обществе...» [там же].

В традиционной медиатеории Гарольда Инниса (Harold Innis), Маршалла Маклюэна (Marshall McLuhan), Джошуа Майровица (Joshua Meyrowitz) преимущественно выделяются материальные и технологические свойства медиа, однако материальная сторона включает не только технологии, но также и сооружения, ресурсы, людей и другие объекты, даже пространство и время: «В структуре медиатизации и медиа имеет место

концепция пространства, также здесь наблюдается и материальная сторона, благодаря которой культурная практика и повседневная жизнь материализуются» [Lundby, 2014, p. 11].

Движущей силой медиатизации являются «медиа в качестве независимой системы с собственной логикой», где индивидуумы и социальные институты адаптируются к постоянно меняющейся медиа среде [Asp, 2014, p. 367]. Медиа породили большое количество феноменов, которые актуализируют индивидуальный уровень (влияние медиа на ценностные ориентации пользователей), а также макроуровень (влияние медиа на коммуникации или общественность), при этом, институт медиа практически не исследуется в рамках конкретных медиаинститутов, объединяющих их в пространстве. Во многом это связано с глобализацией, которая способствует объединению медиаинститутов и созданию глобального информационного пространства, что влияет на сознание общества и формирование единого медийного поля. Формирование единого медийного социального пространства происходит в результате глобальной технологизации под влиянием развивающихся медиа, где первостепенное место отведено медиалогике как форме коммуникации, которая генерируется и распространяется в обществе. Медиалогика была признана большинством ученых, в том числе и Хьявардом, по мнению которого она представляет собой социальную жизненную позицию, на которую оказывают влияние формы медиа и способы функционирования медиаинститута [Altheide, 1992].

Термин «медиалогика» означает «технологии работы и систему СМИ, включая распространение действий и символических ресурсов посредством официальных и неофициальных источников и правил» [Hjarvard, 2008, p. 113]. Так, Стиг Хьявард утверждает, что не стоит понимать медиалогику как «группу институциональных и технологических ресурсов» [Linares, 2016, p. 100]. По мнению Элтейда, медиалогика представляет собой процесс коммуникации медиаформ, которая является частью экологической системы, объединяющей в себе коммуникационные и информационные технологии

медиа в пространстве» [Altheide, 2013]. Также внес ясность в понимание медиалогии датский социолог Стиг Хьявард, по мнению которого «медиалогика» — это «образ действия» медиа. Так, во время интервью социолог в отношении медиалогии выразился следующим образом: «На сегодняшний день многие сферы жизни медиатизированы различными способами и невозможно даже себе представить как могли бы функционировать социальные институты без учёта медиатизации» [Linares, 2016, p. 99].

Медиалогика — это «расширенный порядок социальной жизни, особенное влияние, которое оказывают формы медиа на логику социальной системы» [Altheide, 1992]. Термин «медиалогика», несмотря на критику, был признан большинством ученых. По мнению С. Хьяварда, медиалогика означает «систему средств массовой информации и технологии работы, в том числе распространение ими содержания и формы символических ресурсов, а также действие посредством официальных и неофициальных правил» [Hjarvard, 2008, p. 113]. Заслуживает внимания следующее высказывание ученого: «Сейчас нам сложно представить, чтобы какое-то социальное взаимодействие осуществлялось без присутствия медиа, прямого или косвенного. Многие сферы жизни были прямо медиатизированы различными способами и поэтому испытали влияние медиалогии» [Linares, 2016, p. 99].

Возрастающий интерес к теме медиатизации делает её актуальной для рассмотрения как института, оказывающего влияние на развитие медиапространства и создание смыслов, так и реализации коммуникационных практик. Дифференцированный подход к формированию медиатизации предопределяет исследовательский интерес в контексте медиапространства и их влияния на социальные институты.

Медиатизация наделена особенностями, которые проявляются в разных аспектах, основные характеристики которых заключаются в следующем:

— вездесущность медиа: медиа больше не являются просто технологией или каналом передачи информации, а становятся частью повседневной жизни, влияя на все её сферы. В современных условиях потребление информации посредством сети вносят изменения в формирование сообществ и накопления социального капитала;

— влияние на социальные институты: медиатизация влияет на социальные взаимодействия и институты (образование, религия, политика, экономика), а также формирует новые формы общения и организации. Медиа выступают связующим звеном между социальными институтами, сквозь различные каналы и процессы;

— формирование реальности, когда медиа активно конструируют реальность и воздействуют на выбор определённых схем категоризации, а также решают, какие события освещать, какие переосмыслять или предоставлять, информация подается с учетом интересов, потребностей, запросов определённой аудитории;

— слияние медиа и реальности, когда граница между ними становится все более размытой и, связано это с тем, что сам медиа процесс конструирует реальность, а технологии смешивают мир с цифровой реальностью. Также медиа становятся частью повседневной жизни, например, социальные сети позволяют людям взаимодействовать между собой в режиме реального времени;

— изменение временных и пространственных рамок, позволяющих медиа преодолевать ограничения пространственных рамок, где люди имеют возможность получать информацию о событиях, происходящих в реальном времени;

— автономизация медиалогии, заключающаяся в том, что медиа приобретают свою автономию и правила предоставления информации (к примеру, правила сенсационности, персонализации и интерактивности).

— опосредование опыта, которое приводит к тому, что опыт и впечатления людей находятся под все большим влиянием медиа;

— рефлексивность, выражающаяся в том, что люди осознают влияние медиа и начинают рефлексировать над этим, что приводит к появлению критического медиа анализа. Однако, разные исследователи акцентируют внимание на различных аспектах медиатизации, что приводит к разным методологическим подходам. Благодаря медиа и господству визуальной реальности создаются правила и нормы рефлексивности, что принуждает к выбору поведения и т. д.

Не существует единого, общепринятого определения или подхода к изучению явления медиатизации. Разные исследователи и научные школы акцентируют внимание на ее разных аспектах, что обуславливает различные подходы к ее осмыслению.

Подход к медиатизации как социальному явлению [Hjarvard, 2008, 2012, 2013] рассматривает ее как процесс, в ходе которого медиа становятся все более интегрированными в социальные институты и повседневные практики, изменяя их структуру и логику. Медиа становятся неотъемлемой частью того, как мы живем, работаем, общаемся и взаимодействуем с миром. К ключевым понятиям этого подхода относятся: интеграция, в рамках которой медиа становятся частью повседневной жизни, проникая во все ее сферы; воздействие, т.к. медиа влияют на то, как функционируют социальные институты, и как люди взаимодействуют друг с другом; рутинизация, поскольку медиа становятся рутинной частью повседневных практик; институционализация: медиа превращаются в институт, с собственными правилами и логикой. Примером может служить политическая медиатизация, когда политики адаптируются к требованиям медиа, используя короткие, яркие сообщения и принимая участие в ток-шоу.

Подход к медиатизации как институциональному процессу [Couldry, Нерр, 2013] фокусируется на том, как медиа влияют на отдельные институты, такие как политика, религия, образование и т.д. Изучается, как эти институты адаптируются к требованиям медиалогии и как они используют медиа для достижения своих целей. К ключевым понятиям этого подхода относятся:

институты, понимаемые как организованные структуры, регулирующие социальные отношения (например, государство, церковь, школа); медиалогика, подразумевающая набор правил и принципов, определяющих, как медиа функционируют, и как они представляют информацию (например, стремление к сенсационности, упрощению, персонализации); адаптация, т.е. процесс, в ходе которого институты изменяются, чтобы соответствовать требованиям медиалогии. Примером может служить медиатизация религии, когда религиозные организации используют медиа для распространения своих идей и привлечения новых последователей.

Понимание медиатизации как материального процесса [Couldry, Hepp, 2013, 2017] акцентирует внимание на материальной инфраструктуре медиа, включая технологии, платформы и сети. Изучается, как эти материальные аспекты медиа влияют на социальные процессы и как они формируют новые формы коммуникации и взаимодействия. Ключевые понятия этого подхода включают материальность, подразумевающую физические аспекты медиа, такие как устройства, платформы и сети; инфраструктуру, т.е. систему взаимосвязанных элементов, обеспечивающих функционирование медиа; аффордансы, т.е. возможности, которые предоставляют медиатехнологии для взаимодействия и коммуникации. Примером может служить влияние социальных сетей на политическую мобилизацию и организацию протестной коммуникации [Ребрина, 2021].

Подход к медиатизации как культурному процессу рассматривает, как медиатизация становится важным средством культурной социализации, а также формирует культурные ценности, убеждения и идеалы, которые разделяются членами общества и распространяет представления о ней (к примеру, медиатизация гендера, когда медиа формируют представления о мужественности и женственности). Таким образом, медиатизация влияет на структуризацию общества, действует во всех сегментах и на всех уровнях социальной жизни, расширяет возможности коммуникации, а также

оказывает влияние на сознание индивидов и членов дискурсивного сообщества.

Таким образом, посредством медиатизации структурируются различные области публичного дискурса и меняется сознание членов дискурсивного сообщества. Давая лингвистическую оценку результатам медиатизации, Л.А. Кочетова приходит к заключению, что они выражаются в «1) формировании субдискурсов, возникающих в зоне пересечения медийного дискурса и социально значимых феноменов: медиаполитического, медийного юридического, медийного медицинского и др. типов дискурса, оказывающих влияние на представления, ценностные установки и поведение членов дискурсивного сообщества; 2) трансформации терминов в медиаконцепты, приобретающих новые концептуальные признаки, новые значения и оценочные смыслы; 3) популяризации, заключающейся в распространении достоверной профессиональной информации, что, с одной стороны, повышает качество информационного пространства, но в то же время увеличивает риски возникновения деструктивных социальных практик [Кожарнович, 2021]; 4) дискурсивном конструировании новых концептуальных образований в системе индивидуальных и коллективных ценностей социума, определяющих типы поведения и стимулирующих их общественное обсуждение» [Кочетова, Кононова, 2024, с.188].

Особо следует отметить социокультурную специфику медиатизации, поскольку дискурсивные практики в различных видах СМИ используют различные стратегии конструирования медиасобытия. Так, характеризуя качественный и популярный медиадискурс, Т.Т. Зубарева, отмечает, что они различаются критериями эмоциональности и аттрактивности (привлечения внимания аудитории сенсационностью и скандальностью медиасообщений в современной медиакommunikационной среде). В качестве основных характеристик популярной прессы называются: 1) эмоциональное воздействие, 2) сенсационность, 3) освещение скандалов и частной жизни

знаменитостей, 4) недостоверность, 5) использование шокирующих изображений, 6) особое внимание к преступности, 7) ориентация на коммерческий успех [Зубарева, 2025, с. 11-12].

Гипотезой настоящего исследования является положение о том, что медиатизация ценностей в различных типах прессы имеет социокультурную специфику, которая проявляется в выборе способов ценностного освоения реальности, определяющих стратегии медиатизации. Ранее, в научной литературе на материале качественной и популярной прессы Великобритании и России рассматривались социокультурные особенности стратегий медиатизации концептов «Искусственный интеллект» [Кочетова, 2023; Кочетова, Ильинова, 2024], концепта «Здоровый образ жизни» [Кочетова, Кононова, 2024]. Анализ семантических полей показал, что в качественных медийных нарративах британских СМИ об ИИ доминируют единицы: семантического поля «Роботы», акцентирующие сходство ИИ с антропоморфными сущностями; семантического поля «Конкуренция», репрезентирующие идею соперничества между человеком и машиной, а также между странами и компаниями; семантического поля «Война», актуализирующие прагматику предупреждения, связанную с коллективной безопасностью и выражающую общественную обеспокоенность возможными негативными последствиями развития ИИ. В то же время показано, что популярные СМИ подчеркивают андрогенную природу ИИ, его развлекательный потенциал («Игры»), утилитарные ценности, относящиеся к заботе о здоровье («Лекарства и лечение»), и содержат прагматику предупреждения, относящуюся к сфере индивидуальной безопасности («Преступление»).

Изучение медиарепрезентации ценности ЗОЖ в работе Л.А. Кочетовой, И.В. Кононовой показало, что ее освещение «смещается в психологическое и психическое измерения, отражая изменившиеся представления социума о ее содержании» [Кочетова, Кононова, 2024, с.188]. Интерпретативный анализ контекстов, фиксирующих типы поведения, показал, что в обоих типах

прессе неодобрение получает неумеренность практик здорового образа жизни. В качественных СМИ озабоченность и тревога связываются со сферами ментального здоровья и психологически здоровыми отношениями. Критичное отношение наблюдается к наиболее подверженной манипуляциям сфере здорового питания. Авторами установлено, что в популярной прессе медийный нарратив политизирует практики здорового образа жизни, увязывая трудности их осуществления с экономическими проблемами, а также с феноменом психологической усталости. В тематическом отношении в качественной прессе доминируют темы ментального здоровья и используются рациональные дискурсивные стратегии, опирающиеся на данные научных исследований. В популярной прессе акцентируется тема внешнего вида как результата здорового образа жизни, широко используются стратегии эмоционального воздействия, апеллирующие к известным личностям как образцам для подражания [Кононова, Кочетова, 2024].

Таким образом, медиатизация имеет культурное, социальное и ценностное измерения, требующие изучения и разработки соответствующих подходов и методик исследования.

2.2. Медийная интерпретация как фактор трансформации концептов

Средства массовой информации играют особую роль в когнитивно-дискурсивной обработке концептуальных образований. Тезис Р. Водак о том, что «дискурс конституирует общество и, в свою очередь, конституируется им» [Wodak, 1996, с. 18], может иметь вполне обоснованную обратную трактовку: дискурс конституируется обществом, но в свою очередь становится конституирующим фактором, определяющим общественное сознание, в том числе актуальные аксиологические общественные ориентиры. Под влиянием дискурса концепты, являющиеся ментальными образованиями, обладающими понятийным, образным и ценностным измерениями [Карасик, 1996], могут трансформироваться, расширяться,

изменяться, приобретать новые оценочные, образные и ценностные характеристики, поскольку ситуативно-обусловленная прагматика медийного нарратива становится фактором, мотивирующим его развитие и ценностную акцентуацию либо постепенное «угасание» (потерю ранее актуальных признаков, снижение числа апелляций к концепту).

Дискурсивная реализация концепта характеризуется оценочной прагматикой объективирующих его единиц. Как отмечалось выше, в современных условиях огромное влияние на «бытующие» в обыденном сознании концепты оказывает медиакommunikация в силу постоянно растущей роли медиа как определяющего фактора сознания и общественной жизни. Как отмечают исследователи, «в медийной коммуникации концепты, сформированные в различных институциональных типах дискурса, значительно усложняют свою концептуальную структуру, «приобретают» новые значения и оценки, превращаясь в медиаконцепты» [Kochetova, 2023, р. 7], что позволяет говорить о концептуальной значимости процесса медиатизации [Клушина, 2014, Кондратьева и др., 2021], понимаемого как процесс качественных изменений, вызванных влиянием медиа. Таким образом, выполняя информационную функцию, средства массовой информации не только транслируют концепты, идеи и понятия, но и расширяют их содержание, дают им оценочную интерпретацию, формируя отношение к ним в сознании членов дискурсивного сообщества. Интегрируя, например, различные экспертные взгляды на новые технологии, СМИ выносят собственные оценочные суждения и распространяют их на широкую аудиторию, способствуя прямо или косвенно их принятию/непринятию гражданами и потребителями/пользователями [Groves et al., 2015].

Изучение медиатизации концептов/ценностей стало отдельной областью медиалингвистики. В работах отечественных исследователей сформулировано положение о том, что медиадискурс может превращать термины в медиаконцепты, которые приобретают новые концептуальные признаки и оценочные интерпретации, что является важной частью процесса

медиатизации [Клушина, 2014; Kochetova, 2023]. В результате средства массовой информации «не просто транслируют идеи и концепции, вводя их в публичное пространство и придавая им значимость, но и дополняют их содержание, меняют оценки, формируя тем самым их восприятие в сознании членов дискурсивного сообщества» [Kochetova, 2023, p. 8]. Таким образом, результаты медиатизации проявляются в дискурсивном конструировании новых и трансформации уже существующих концептуальных образований в системе индивидуальных и коллективных ценностей социума, что стимулирует их общественное обсуждение.

Медийная интерпретация концептов – это процесс, посредством которого медиа представляют, формируют и транслируют концепты, влияя на их понимание и восприятие аудиторией. Медиа не просто отражают существующие концепты, но активно участвуют в их конструировании, наделяя их определенными смыслами и значениями.

В число ключевых механизмов медийной интерпретации концептов входят фреймирование, семиотизация, символизация и стереотипизация. Рассмотрим каждый из упомянутых выше способов.

Важную роль в формировании медиакартины мира играет фреймирование (Framing), которое предполагает особую организацию и структурирование информации, позволяющих выделить определенные аспекты события, понятия или концепты (см., напр., [Entman, 1993]). Фреймы задают понимание и интерпретацию феноменов, определяют их восприятие в сознании членов дискурсивного сообщества. Так, в новостных сообщениях о мигрантах СМИ могут использовать фрейм «угрозы», акцентирующий негативные последствия миграции для экономики и безопасности, или фрейм «гуманитарной помощи», фокусируя внимание на необходимости поддержки мигрантов, что задает векторы интерпретации концепта «миграция».

Основным когнитивным механизмом репрезентации действительности в медийном дискурсе является стереотипизация. Как отмечает Е.В. Федосеева, «когнитивные механизмы стереотипизации и мифологизации

обуславливают нарративное переструктурирование реальных фактов на основе стереотипных мнений и мифологических сюжетов, в результате чего создается медиафакт как культурно обусловленная версия действительности» [Федосеева, 2016, с. 9]. Медиа часто используют стереотипы, чтобы упростить и обобщить информацию о социальных группах и явлениях. Эти стереотипы могут быть как позитивными, так и негативными, и они могут влиять на восприятие концептов, связанных с этими группами и явлениями. Например, медиа могут формировать стереотипные представления о гендере, этнической принадлежности, сексуальной ориентации и т.д., влияя на восприятие концептов «мужественности», «женственности», «расы» и «сексуальности» (см., напр., [Hall, 2016]). Медиадискурс о «терроризме» может формировать определенные стереотипы и представления о террористах, влияя на восприятие концепта «безопасности» и «угрозы» [Foucault, 1975; Fairclough, 1989].

Медиа используют вербальные и невербальные знаки, символы и коды, чтобы передавать значения и формировать концепты. Анализ семиотических элементов медиатекстов позволяет выявить, как конструируются определенные смыслы. Так, использование определенных цветов, изображений и музыкального сопровождения в рекламе может формировать определенные ассоциации с брендом или продуктом, влияя на восприятие концепта «качества» или «престижа» [Barthes, 1988; Eco, 2018].

Медиа могут продвигать определенные идеологии, то есть системы ценностей, убеждений и представлений, которые поддерживают определенные социальные и политические интересы. Эти идеологии могут влиять на интерпретацию концептов, конструируя реальность таким образом, чтобы она отвечала интересам, установкам и взглядам определенной целевой аудитории. Медиа, например, могут продвигать идеологию потребления, формируя представления о том, что счастье и успех связаны с приобретением материальных благ. Это влияет на восприятие концептов «счастья», «успеха» и «благополучия» [Gramsci, 1971; Althusser, 1970].

Медиа не просто отражают социальную реальность, но активно участвуют в ее конструировании. Рассматривая механизмы дискурсивной репрезентации действительности в медиадискурсе, Е.В. Федосеева выделяет два типа медиатизации: «отражение» и «конструирование», которые различаются по своим когнитивным механизмам и по особенностям их языковой реализации. В рамках дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе автор выделяет следующие когнитивные механизмы: конструирование референтной ситуации, включение в нее пишущего, стереотипизация, мифологизация, риторическая модификация медиадискурса, отмечая, что с помощью этих когнитивных механизмов происходит замена реально имевших место фактов медиафактами, дискурсивными конструктами, представляющими собой личностную или культурно обусловленную версию действительности [Федосеева, 2016]. Они позволяют создать образы, которые влияют на наше восприятие мира и формирование концептов.

Так, рассматривая вопрос о роли массмедиа в процессах интерпретации и оценки различных фрагментов действительности на примере вхождения в медийный дискурс юридических концептов, устанавливаются изменения их содержания, приводящие в итоге к формированию новых концептуальных единиц — медиаконцептов. На примере ключевого концепта юридического дискурса ЛЕГИТИМНОСТЬ показано, что российские массмедиа существенно модифицируют каждую из трех составляющих юридического концепта, то есть медиавирус «вживляется» в понятийный, образный и ценностный слои, что позволяет говорить о трех стратегиях медиатизации: дефиниционной, метафорической и оценочной. Показано, что дефиниционная стратегия способствует появлению в понятийном слое концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ новых признаков ('доверие', 'одобрение', 'поддержка', 'уважение', 'справедливость', 'феномен сознания' и 'субъективное ощущение'). Отмечается, что метафорическая стратегия формирует дополнительно такие лингвокультурно-специфичные признаки,

как 'дефектность' и 'объект политических манипуляций', оценочная стратегия придает положительно воспринимаемому концепту ЛЕГИТИМНОСТЬ негативную коннотацию (развиваются концептуальные признаки 'сомнительность' и 'мнимость'), что является тревожным маркером, отражающим сложившуюся в российском обществе ситуацию. Указывается, что зафиксированные изменения свидетельствуют о значимости дискурсивного фактора в исследовании концептов [Кондратьева, Игнатова, 2021].

Медиатизация технологических концептов в англоязычном и русскоязычном дискурсах рассматривается на примере искусственного интеллекта [Кочетова, 2023; Ильинова, Кочетова, 2024]. Методами корпусной лингвистики устанавливается семантическая, образно-перцептивная и аксиологическая специфика медиарепрезентации ИИ в различных сегментах СМИ, таких как таблоиды и широкоформатные издания. В работе Л.А. Кочетовой и И.В. Кононовой проанализирована медиатизация концепта «здоровый образ жизни» в британских СМИ, устанавливается динамика содержательного наполнения концепта, анализируется его оценочная составляющая и метафорическая репрезентация [Кочетова, Кононова, 2024]. Семантическая, прагматическая и ценностная специфика дискурсивных практик кибербезопасности рассматривается в статье Л.А. Кочетовой и Е.Ю. Ильиновой «Лингвокультурная специфика дискурсивных практик репрезентации кибербезопасности в русскоязычном медийном пространстве: корпусный подход» [Кочетова, Ильинова, 2023]. Опираясь на понимание дискурса как опосредованной языком социальной практики и корпусные методы, авторы исследуют русскоязычные дискурсивные практики, формирующие новую социальную реальность в цифровом обществе. Авторы реконструируют когнитивно-семантическую структуру дискурсивного тезауруса, включающего новый пласт лексических единиц русского языка, выявляют тематические группы слов и анализируют их дистрибуцию в различных жанрах дискурса кибербезопасности. В статье

отмечается, что наряду с терминологией, ориентированной на трансфер операционального, практического знания о безопасных онлайн-практиках, в корпусе регулярно используются лексические единицы военной и агрессивной семантики, что указывает на противоречие между целями дискурса, направленными на формирование позитивного ценностного отношения к цифровым технологиям, и языковыми средствами их достижения. Авторы подчеркивают также, что нейтральные лексемы в результате регулярного употребления в негативно окрашенных контекстах приобретают отрицательные оценочные коннотации, что может способствовать формированию недоверия пользователей к новым технологиям, усиливая ощущения риска, порождая тревогу и обеспокоенность [Кочетова, Ильинова, 2023].

Таким образом, изучение языковых механизмов медиатизации, ее роли в формировании и трансформации концептуальных образований находится в фокусе внимания медиалингвистики.

В нашей работе мы исследуем специфику медиатизации ценности «экологическая безопасность» в качественной и популярной прессе Великобритании с применением корпусных методов.

2.3. Методология дискурсивно-корпусного исследования и принципы создания корпуса

Дискурсивно-коммуникативный и дискурсивно-когнитивный анализ, рассматриваемые как «интегральная сфера изучения языкового общения с точки зрения его формы, функций и ситуативной, социокультурной обусловленности» [Макаров, 2003, с. 99], традиционно используют качественные, полагающиеся на эпистемологический подход, методы, позволяющие осмыслить социальные процессы, а, следовательно, и языковой материал «через интерпретацию того, как люди понимают окружающий мир и выражают свое понимание при помощи языка» [Леонтович, 2011, с. 12].

Вместе с тем дискурсивная практика может быть описана и проанализирована с помощью количественных методов, позволяющих выявить типичные языковые структуры, определить номинативную плотность лексических единиц, их распределение в текстовом континууме и установить смыслы, присущие не одному конкретному тексту, а целой коллекции, представляющей дискурсивную репрезентацию какого-либо феномена, события или ценности.

В последнее время в изучении коммуникативных феноменов: текстов, дискурсов, жанров все чаще применяется методология корпусной лингвистики, основанная на извлечении количественных данных об употреблении языковых единиц и структур из большого массива текстов (см., напр, [Baker, 2006, 2015; Gabrielatos, 2014, Mautner, 2009; Partington 2004, 2014; Stubbs, 1993, 1997]). Говоря о преимуществах корпусной методологии для дискурсивного анализа, В.Е. Чернявская указывает, что «корпусные методы связываются с достижением доказательности в интерпретативных концепциях, преодолением тенденциозности и избирательности подходов» [Чернявская 2018, с. 31]. Корпусная лингвистика позволяет выявить типичные языковые структуры и определить тенденции в их использовании, которые достаточно сложно установить традиционными способами, не опирающимися на количественные данные о языковых структурах [Кочетова, 2018].

В основе корпусного анализа дискурса мы опираемся на его понимание как содержательно-тематической совокупности текстов [Чернявская, 2007; Кочетова 2013; Орлова 2021]. К способам моделирования семантики дискурса, составляющей его референциальный аспект, исследователи относят семантические ряды, образованные синтагматическими связями исследуемой лексики в текстово-дискурсивном пространстве [Орлова, 2021], семантические поля [Кочетова, 2023], представляющие собой «набор лексем, охватывающих некоторую концептуальную область и состоящих в определенных отношениях друг с другом» [Lehrer, 1985], дискурсивный

тезаурус [Ильинова, Кочетова 2023], понимаемый как упорядоченная совокупность, образующих семантические связи единиц текста, характеризующихся определенной номинативной плотностью.

В рамках тексто-деривационной концепции Ю. В. Трубниковой разработаны такие категории, как лексико-деривационная структура текста, сквозные семантические ряды, лексические ряды, центральные единицы ряда; показаны возможные отношения между рядами, обоснована идея о том, что лексические ряды поддерживаются определенными синтаксическими отношениями [Трубникова, 2012]. Как отмечают Н.В. Орлова и Л.О. Бутакова, проблематика семантики дискурса имеет несколько аспектов. Важно выяснить, какая информация о действительности транслируется в дискурсе; кто ее порождает и интерпретирует; какие типы знания передаются и воспринимаются [Орлова, Бутакова, 2022].

Н.В. Орлова и Л.О. Бутакова предлагают процедуру реконструкции дискурсивной семантики, опирающуюся на следующие исследовательские установки: 1. Исходной точкой анализа является текст, транслирующий информацию о ценностях и идентичности субъекта речи (ДМ-1). 2. Продуктивным следует считать сопоставление дискурсов, в том числе по ретроспективному вектору, в силу того что дискурсы – альтернативные способы видения мира (ДМ-1, ДМ-2). 3. Реконструкция дискурсивной семантики осуществляется на основе теории интертекстуальности (ДМ-3). 4. Блоки социальной информации принимаются во внимание исключительно «в связке» с вербальными репрезентациями дискурса (ДМ-4, ДМ-5). 5. Формальные методы описания (ДМ-3) сочетаются с интерпретативным подходом, поскольку дискурсивная семантика основана не только на языковых значениях, но и на знаниях о мире (ДМ-1–ДМ-5) [Орлова, Бутакова, 2022].

Количественные методы изучения концептуальных структур использованы в исследовании Н.В. Крючковой, демонстрирующем, что

концепты как структуры хранения знаний модифицируются под влиянием коммуникативного узуса, дискурсивных предпочтений, свойственных определенным сферам общения, жанровым формам. К анализу концепта «молодость» привлечены контексты, отобранные из Национального корпуса русского языка с учетом дифференциации текстов по типам (сферам функционирования) и жанровым разновидностям. Выборка из газетного подкорпуса (текстов центральных и региональных СМИ), основного подкорпуса (художественных и нехудожественных текстов с их жанровыми разновидностями) ограничена современным материалом – текстами, созданными в период 2015–2022 гг. Выявлено, что разные типы и жанры речи неоднородны с точки зрения актуализованного в них содержания концепта «молодость», наблюдается выдвижение разных семантических компонентов и их наборов, используется своеобразная расстановка смысловых акцентов в пределах одних и тех же семантических признаков. Показана значимость количественных распределений при жанрово-дискурсивном анализе концептов. Именно на основе количественных данных выявляются наиболее актуальные (частотные) для данного типа дискурса или его жанровых разновидностей смысловые компоненты и их корреляции – при поверхностном сходстве элементов концептуального содержания, реализуемых в текстах одного временного среза. Выдвигается положение о том, что концепт является единицей коммуникации, получающей свою определенность на уровне дискурсивной реализации; концепт представляет собой не жесткую структуру с устойчивым набором признаков, а вероятность взаимосвязей, получающих своеобразное воплощение в разных типах и жанрах [Крючкова, 2023].

Методы корпусной лингвистики, которые позволяют выявить содержательные признаки, определяющие смыслы, имеющие «надтекстовый» характер, и не доступные восприятию при обычном прочтении текстов, играют особую роль в исследовании дискурсивной семантики. Ключевую роль в корпусно-дискурсивных исследованиях играют

программы, позволяющие не только извлечь разнообразные количественные данные о языковых структурах, но и позволяющие работать с лингвистически аннотированными корпусами.

Программное обеспечение такое, как *LancsBoxX* (версия 5.0.3) позволяет провести не только морфологическое, но и семантическое аннотирование корпуса и выделить группы лексики, объединенные общим семантическим компонентом. *LancsBoxX* (версия 5.0.3) отличается от других инструментов корпусного анализа тем, что позволяет проводить семантическую разметку корпуса на основе системы UCREL (USAS). USAS представляет собой классификацию словарного состава английского языка, представленного в виде иерархической системы семантических категорий, состоящей из 21 основного семантического домена, которые далее подразделяются на 232 семантические категории. *LancsBoxX* (версия 5.0.3) может выполнять автоматический семантический анализ и проводить сравнение корпусов по различным параметрам.

Основными методами изучения ценности «экологическая безопасность», позволяющими реконструировать ее содержательное наполнение в медийных дискурсивных практиках, избраны метод коллокаций и метод семантических полей.

Для определения средств дискурсивной реализации ценности мы использовали метод коллокаций, под которыми понимаются неслучайные, статистически устойчивые сочетания, имеющие тенденцию к совместной встречаемости лексических единиц, характерных для языка / типа текстов [Бялек, 2004; Горина, 2011; Хохлова, 2008, 2010; Ягунова, Пивоварова, 2010]. Они сопряжены с конвенциональными способами высказывания, являются важными частотными единицами словаря, строительным материалом любого языка, отражают сформированный или формирующийся узус на разных этапах существования языка или языковую норму (с позиции широкой концепции данного понятия) отдельных разновидностей языка, изучаются с

позиции британского контекстуализма, семантико-синтаксического подхода и теории «Смысл↔Текст» [Иорданская, Мельчук, 2007].

Коллокация определяется как совместное появление двух или более лексических единиц в максимальном интервале единиц слева и справа от анализируемого слова [Sinclair, 1991]; при этом сила ассоциативной связи между словами может быть измерена [Stubbs, 1995]. Автоматически выделенные из текстов коллокации ранжируются по степени устойчивости ассоциативной связи в соответствии со значениями выбираемых статистических мер.

В работе верификации подлежали следующие гипотезы: 1. Метод позволяет выделить семантические группы коллокаций, репрезентирующие содержательное наполнение анализируемого феномена, соответствующее референтной ситуации; 2. Сравнение частоты употребления семантических групп коллокаций, отражающих дискурсивную реализацию концепта в различных видах прессы, дает возможность установить социокультурные различия концептуализации ценности в медийных нарративах британских СМИ.

В целях моделирования ценности «экологическая безопасность» осуществлялся последовательный поиск коллокаций со словами, номинирующими понятийную составляющую концепта, в каждом из рассматриваемых корпусов. Сравнительный анализ двух корпусов позволил установить специфику медиатизации ценности в различных видах СМИ и проводился на основе семантической категоризации коллокатов и систематизации коллокаций, отражающих содержательное наполнение дискурсивной практики, а также детальном анализе контекстов их употребления.

Для определения содержания дискурсивной практики мы отбирали коллокаты в несколько этапов. На первом этапе мы извлекали коллокации с помощью программного обеспечения *LancsBoxX* (версия 5.0.3) для существительных *climate*, *warming* в соответствии с мерой *Log Dice*. Эта мера

является предпочтительной по сравнению с мерой MI, завышающей значимость редких сочетаний. В. Брезина, разработчик данного программного обеспечения, указывает, что мера *Log Dice* позволяет идентифицировать коллокаты уникальные в контекстном окружении ядерного слова, которые одновременно часто встречаются в дискурсе [Brezina, 2015, p.274]. «Окно наблюдения» для построения базы коллокаций равнялось 5, т.е. в потенциальные коллокаты существительного попадали все лексемы, расположенные на расстоянии пяти слов от ядерного слова в левом и правом контекстах. Меры коллокаций, а также их визуализация определялись с использованием программы обработки корпуса *LancsBoxX* (версия 5.0.3.).

Моделирование содержания дискурсивной практики предполагает выявление коллокаций второго порядка, образующих семантические связи с коллокациями, отражающими основные содержательные признаки концепта, и уточняющих его наполнение. На следующем этапе исследования устанавливались коллокации для лексем, встречающихся в окружении ядерных слов *climate*, *warming*, в качестве которых выбирались существительные *risk*, прилагательное *green*, глаголы *solve*, *reduce*, *adapt* и др.

В анализе содержательной составляющей ценности использовался контекстуальный анализ, который дает возможность установить смежные коллокации, образующие содержание медийных нарративов. Вместе с тем важной проблемой при моделировании дискурсивного медиаконцепта является отсутствие статистической меры, учитывающей появление коллокаций в окружении друг друга, которое не является случайным [Sinclair, Jones and Daley [1970] 2004: xxii].

Обращение к методу коллокаций обусловлено тем, что в отличие от метода выделения семантических рядов [Орлова, 2021], учитывающего лексему, непосредственно следующую за ядерным словом или ему предшествующую, что соответствует коллокациям первого уровня,

образованным ядерным словом и находящимся рядом в соответствующей синтагматической модели коллокатом, он позволяет выделить значимые для дискурсивно-текстового смысла лексические единицы, которые не всегда входят в непосредственное окружение исследуемого слова. При использовании метода семантических рядов велика вероятность того, что значимые для дискурсивной реализации ценности лексемы не будут обнаружены исследователем. В этой ситуации использование метода коллокаций с применением «окна наблюдения» в границах 5 слов в правом и левом контексте от ядерного слова, позволяющем обнаружить устойчивые повторяющиеся единицы, передающие содержательно-тематическое своеобразие дискурса и отражающие специфику дискурсивной реализации и интерпретации феномена в когнитивно-дискурсивной деятельности, оказывается более продуктивным.

В дискурсивной интерпретации экологической безопасности значимой для реконструкции дискурсивного тезауруса является концепция семантического поля, представляющего собой «набор лексем, которые охватывают некоторую концептуальную область и состоят в определенных отношениях друг с другом» [Lehrer, 1985]. Как указывалось выше, *LancsBoxX* (версия 5.0.3) позволяет провести семантическое аннотирование корпуса и выделить группы лексики, объединенные общим семантическим компонентом. Корпусный метод выделения семантических полей использовался для анализа тематической принадлежности текстов, репрезентирующих дискурс экологической безопасности в англоязычном социуме. В целях извлечения доминирующих семантических полей исследуемых корпусов также использовался корпусный менеджер *LancsBoxX* (версия 5.0.3) [Brezina et al, 2024].

Мы выделяли основные семантические поля дискурсивной практики экологической безопасности в качественных и популярных СМИ британского медиадискурса, располагая их в порядке убывания частоты, в каждом из двух подкорпусов. Мы анализировали распределение

семантических классов слов в текстах, т.е. на степень равномерности вхождения слова (группы слов) в корпусе [Greis, 2020]. Простейшей мерой дисперсии является диапазон, т.е. количество частей корпуса, в которых встречается рассматриваемый элемент, здесь a , который вычисляется как в (1): (1) диапазон: количество частей, содержащих a . Пусть a встречается в 5 текстах, тогда $a = 5$.

Исследование проводилось на материале собственного корпуса британских медийных текстов, посвященных проблематике экологической безопасности. Корпус включает отобранные методом случайной выборки тексты, размещенные на сайтах британских качественных (*The Guardian*, *The Independent*, *The Observer*) и популярных периодических изданий (*The Daily Mail*, *The Daily Mirror*, *The Sun*). Корпус охватывает период с 2021 по 2024 гг. Создание тематического корпуса потребовало разработки принципов отбора текстов. Прежде всего мы ориентировались на рубрикацию сайта, где, как правило, статьи, посвященные экологии, безопасности окружающей среды располагаются в соответствующих рубриках. Сайт качественного издания *The Guardian* содержит сразу два раздела, касающихся вопроса экологии и окружающей среды: «Climate crisis» и «Environment». Сайт издания *The Independent* представляет читателям глобальный раздел «Climate» с подразделами: «News», «Electric Vehicles», «Voices», «Sustainable Living», «Explained», «Climate Videos», «Solar Panels», «SGI». Сайт популярной новостной газеты *The Daily Mail* не имеет раздела «Ecology» или «Ecological safety», однако присутствует раздел «Weather»; статьи по исследуемым темам можно найти в поисковой строке онлайн-газеты. Структура корпуса и его количественные характеристики представлены в Таблице 1.

Таблица 1. Структура тематического корпуса текстов дискурсивных практик экологической безопасности (ЭБ) в британском медийном дискурсе

Качественная пресса	Кол-во слов	Среднее кол-во слов	Кол-во текстов	Популярная пресса	Кол-во слов	Среднее кол-во слов	Кол-во текстов
Guardian	77 854	938	83	Daily Mail	67 946	807	78

Independent	59 428	716	83	Daily Mirror	63 512	636	92
Observer	48 282	1097	44	Sun	66 776	726	92
Всего	185 564	884	210	Всего	198234	757	262

Размер текстов в каждом корпусе варьируется: в популярной прессе находится в диапазоне от 180 до 2300 слов, а в корпусе качественной прессы – от 300 до 3000 слов. *LancsBoxX* (версия 5.0.3) предлагает функцию визуализации размера текстов, которые представлены на графике в виде кружков различного размера, которые соотносятся с размером текста: чем больше размер кружка, тем больше слов включает текстовый образец. Таким образом, график позволяет оценить количественное соотношение текстов различного размера. Графики визуализации размера текстов в каждом из исследуемых подкорпусов представлены на Рис.1 и Рис. 2.

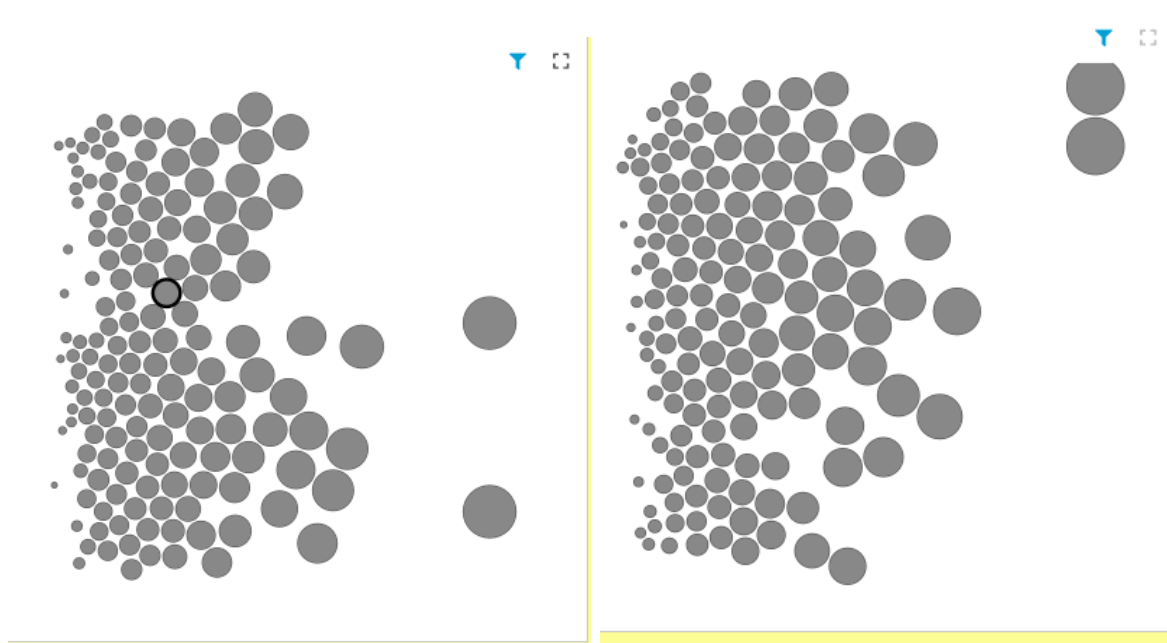


Рис. 1. (слева) Распределение текстов в корпусе качественной прессы британских СМИ в соответствии с размером текста

Рис. 2. (справа) Распределение текстов в корпусе популярной прессы в соответствии с размером текста

Таким образом, нами был создан тематический корпус текстов экологической безопасности, включающий образцы качественной и популярной прессы, который далее подвергался компьютерной обработке с применением методов корпусной лингвистики.

Выводы к главе 2

Рассмотрев сущность медиадискурса и различные подходы к исследованию медиадискурса, мы базируемся на положении о том, что медиадискурс является институциональным типом дискурса, фактором культурной консолидации, оказывающим влияние на то, как люди воспринимают окружающий мир, как участвуют в глобальной коммуникации, и какие у них формируются ценностные установки, мнения и суждения в результате медиатизации. Таким образом, медиа являются не только одним из ведущих средств коммуникаций, но и средством дискурсивного конструирования концептуальных образований в системе ценностей социума, стимулирующим их общественное обсуждение.

Были рассмотрены социокультурные особенности медиатизации, которые формируют культурное пространство под воздействием политических, экономических, образовательных и культурных факторов, а также некоторых моделей поведения, эталонов, ценностных ориентиров и представлений. Выявлено, что медиа имеют большое влияние на самые разные стороны общественной жизни и направлены на формирование и внедрение в общественное сознание новых концептов и стратегий их интерпретации. Таким образом, медиа способны трансформировать конкретные институциональные и правовые структуры и регуляторные практики. На основании изучения системы медиа констатировано появление особых типов интерпретации массовой культуры и дискурсов, наделённых эвристической ценностью. Кроме этого, появляются новые формы медиапространства, которые способствуют активному взаимодействию и формированию медиа институтов в сознании общества полноценной медиареальности.

Как следует из анализа теоретической литературы, институциональная специфика медиадискурса заключается в его функционировании в сфере массовой коммуникации; основной целью СМИ как социального института является дифференцированное воздействие на социального адресата

посредством его информирования и интерпретации сообщаемой информации.

Важную роль средства массовой информации играют в медиатизации концептов, которые под влиянием медиа меняют свою структуру, приобретая новые концептуальные признаки, меняя ценностную картину мира и задавая ориентиры поведения членов дискурсивного сообщества.

Традиционные методы изучения медиадискурса мы считаем целесообразным дополнить корпусной методологией, в связи с чем для изучения медийной интерпретации концепта требуется составление корпуса. Опираясь на положение об идеологической составляющей медиакommunikации и тезис о том, что одни и те же социальные феномены и события представлены неодинаково в медиакартине мира, а медиатизация характеризуется социокультурной спецификой, мы составили тематический корпус текстов качественных и популярных британских СМИ.

В качестве базовых методов исследования были избраны метод коллокаций, а также метод семантических полей, позволяющие определить структуру ценности и ее содержательные признаки, особенности ее концептуального наполнения и интерпретации, специфику тематической принадлежности текстов в различных типах СМИ.

ГЛАВА 3. СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ДИСКУРСИВНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕННОСТИ «ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»

Содержательные признаки дискурсивной реализации ценности моделировались с использованием дискурсивно-корпусной методики, в частности метода коллокаций, позволяющего установить синтагматические связи слов, номинирующих концепт, и ассоциативно с ним связанных, и на этой основе реконструировать дискурсивное содержание ментальной структуры.

Как указывает М.П. Ефремова, концепт «Экологическая безопасность» (*Ecological (environmental) security*) вербализуется лексическими единицами, оязыковляющими факт регистрации угрозы экологии или отсутствия такого рода угрозы. Основываясь на ядерных словах *security/safety*, ученый выделяет следующие коллокации, номинирующие сферу экологической безопасности: *ecological security, environmental security, environment safety* [Ефремова, 2021]. Отметим, что указанные сочетания, выступая именем концепта, лишь частично могут быть проанализированы на уровне словарных дефиниций, а полный набор концептуальных признаков, отражающих содержание ценности, может быть установлен на основе анализа средств и способов ее дискурсивной реализации.

3.1. Содержательные признаки ценности «экологическая безопасность» в дискурсе британских СМИ

Моделирование понятийной составляющей ценности проводилось на основе анализа словарных дефиниций ключевого слова *security/safety*, входящего в состав имени концепта. Далее, корпусными методами извлекались количественные данные о лексемах, номинирующих ее понятийные признаки, и выделялись образованные с ними коллокации, актуализирующие дискурсивную реализацию ценности в медийных практиках британских качественных и популярных СМИ.

Обратимся к словарным определениям лексем *security/safety*. В словаре *Merriam-Webster Online Dictionary* [MWOD] лексема *security* определяется как: *the quality or state of being secure: such as a: freedom from danger : SAFETY b: freedom from fear or anxiety c: freedom from the prospect of being laid off - job security* [MWOD]. Существительное *safety* содержит следующие значения: *the condition of being safe from undergoing or causing hurt, injury, or loss* [MWOD].

Основываясь на анализе семантических признаков лексем, можно констатировать, что содержательная составляющая концепта «экологическая безопасность» включает концептуализацию угроз, рисков, причин и источников угроз; наступление негативных последствий; необходимость действий, направленных на борьбу с угрозами и минимизацию рисков; наличие субъектов действий, направленных на обеспечение безопасности; указание на объекты, безопасность которых требуется обеспечить.

В целях моделирования содержания ценности «экологическая безопасность» осуществлялся последовательный поиск коллокаций со словами, номинирующими понятийную составляющую концепта, в каждом из рассматриваемых корпусов; далее, мы проводили семантическую категоризацию коллокатов и осуществляли сравнительный анализ двух корпусов, позволяющий установить социокультурную специфику медиатизации ценности в различных видах СМИ. Более детальный анализ семантических категорий проводился на основе тщательного изучения, входящих в их состав наиболее часто используемых слов и их коллокатов, а также контекстов употребления. Мы также устанавливаем синтагматические модели коллокаций, выделяя атрибутивные, глагольные и номинативные сочетания.

Корпусный анализ показывает, что британский медийный дискурс в большей степени сосредоточен на концептуализации угроз и рисков, возникающих вследствие глобального потепления и изменения климата. Группы коллокаций с высокой номинативной плотностью образованы

лексемой *climate*, выступающей в атрибутивной функции. Коллокации составляют следующие семантические группы: угрозы, связанные с изменением климата: *climate crisis*, *climate change*, например: «Climate change is the greatest threat to our internationally important seabird populations. 'This study provides important information on potential climate change impacts over the long-term, which can be used to inform our conservation actions to increase resilience in seabird populations» (The Independent, 27.05.2021). Таким образом, к числу наиболее частотных коллокаций, акцентирующих угрозу окружающей среде, относятся терминологические сочетания *climate change* и *global warming*.

Рассмотрим частоту использования терминологических сочетаний и их дистрибуцию в различных видах прессы. Анализ частоты использования указанных коллокаций демонстрирует, что в обоих типах британской прессы отмечается преобладание термина *climate change* по сравнению с *global warming*. В корпусе качественной прессы сочетание *climate change* имеет нормализованную частоту 2 845.38, в то время как *global warming* составляет 899.96; в корпусе популярной прессы *climate change* используется с нормализованной частотой 2 411.29, в то время как *global warming* имеет частоту употребления всего лишь 237.09. Данные показывают, что коллокация *global warming*, свойственная научному дискурсу и ассоциирующаяся с неуклонным повышением температуры на планете, в целом используется гораздо реже и преобладает в качественной прессе по сравнению с популярной.

Сравнительный анализ использования коллокаций в двух корпусах представлен на Рис. 3. Сплошная линия обозначает частоту использования коллокации *climate change*, пунктирная линия обозначает частоту использования коллокации *global warming*. Корпус качественной прессы обозначается аббревиатурой ESQ, корпус популярной прессы обозначается аббревиатурой EST.

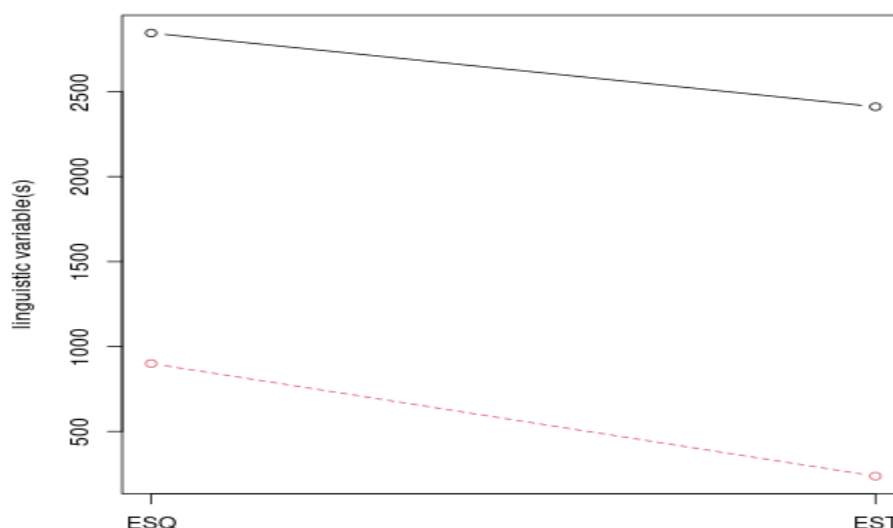


Рис. 3. Сравнительный анализ частоты коллокаций *climate change* и *global warming* в корпусах британской качественной и популярной прессы

Таким образом, данные показывают, что в СМИ разных типов сочетание *climate change* доминирует над сочетанием *global warming*, в то же время в корпусе популярных СМИ последнее используется гораздо реже по сравнению с качественными изданиями.

Анализ атрибутов коллокации *climate change* продемонстрировал, что в качественной прессе в атрибутивной позиции часто используются прилагательные *serious*, *catastrophic*, передающие негативную оценку. Отметим, что коллокация *global warming* не встречается с коллокатами отрицательной оценки.

В текстах качественной прессы также часто используется коллокация *climate crisis* с частотой употребления 1244.85, что свидетельствует о расширении оценочной составляющей концепта, передающей прагматику обеспокоенности и тревоги, в то время как в популярной прессе количество употреблений этой коллокации составляет всего 161.43. Следует отметить, что по данным корпуса «NOW» (News on the Web) частота использования коллокации *climate change* варьируется в пределах от 34.70 употреблений на миллион слов до 72.30 в период с 2010 до 2025 гг. В тоже время количество

употреблений коллокации *climate crisis* многократно выросло в последние годы. Так, в 2018 году нормализованная частота этой коллокации составляла 0.29 употреблений на миллион слов, то в 2019 эта цифра достигла 4.06, а в 2022 уже 7.46, что отражает растущую озабоченность общества повышением температуры планеты и проблемами экологической безопасности.

Второй по значимости лексемой с семантикой угрозы в медийном нарративе об экологической безопасности является существительное *risk*, образующее коллокации по модели N +of + N. В текстах популярной прессы лексема *risk* имеет нормализованную частоту 882.80, в текстах качественной прессы – 824.51.

Анализ коллокационного профиля лексемы показывает, что в обоих типах прессы медийные нарративы концептуализируют риски, возникающие вследствие изменения климата и нарушения экологического баланса, которые сводятся к следующим:

- риски затопления территорий: *a risk of heavy to locally intense rainfall, flood-risk management, risk of flooding, risk from floods*, и др.;
- риски засухи: *risk of summer droughts*, и др.;
- финансовые риски, вызванные климатическими изменениями: *risk of falling into long-term debt and financial hardship*;
- риски значительного повышения температуры: *risk of extreme heats, risk from extreme weather events*;
- риски гибели людей: *risk of heat-related deaths*;
- оценка возникновения риска: *flood risk assessment*.

Например: «In the Northeast, more extreme weather - like the catastrophic flooding which hit [...] - will damage critical infrastructure. Runoff and flooding are also responsible for flows of debris and contaminants that cause harmful algal blooms and pollute drinking water» (The Independent 14.11. 2023).

В обоих видах прессы наиболее частотными являются коллокации *risk of flooding, risk of floods*, которые используются при описании последствий климатических изменений для страны:

«The government's latest climate change risk assessment identifies flood risk, and particularly flooding from heavy downpours, as one of the key climate threats for the UK, alongside stresses on water resources, threats to biodiversity and natural habitats, and the repercussions for the UK from climate change impacts abroad» (The Guardian 08.10. 2013).

В качестве причин климатических изменений и глобального потепления медийные тексты акцентируют человеческий фактор, указывая на источники угрозы экологической безопасности: *emissions from human activity, human-induced climate change, human-induced greenhouse gas emissions, human-caused climate change, human pollution, human waste, human actions including burning fossil fuels, human-accelerated climate change, man-made climate change*.

Использование сложносоставных лексем таких, как *human-induced, human-caused, human-driven, man-made* в качестве атрибутов к существительным *climate change* и реже *global warming* свидетельствует о транслируемой в медиа точке зрения на антропогенную природу климатических изменений. По мнению Джона Тейлора [Taylor, 2003, p. 455], атрибутивные прилагательные имеют тенденцию обозначать постоянные, присущие объекту характеристики, в то время как прилагательные в предикативной позиции обозначают временные, подверженные изменениям свойства объекта. В тоже время вышеописанные структуры свойственны в большей степени текстам качественной прессы, а популярные издания избегают акцентирования влияния человеческого фактора на климат.

Номинации источников угроз часто образуют глагольные коллокации, выражающие действия, необходимые для улучшения ситуации, передаваемые лексемами *limit, phase out, phase down, reach, reduce, cut* и некоторыми другими. Например: «... not lose sight of the ongoing global climate crisis resulting from human emissions of greenhouse gases. «While we are predicting an uninhabitable planet in 250 million years, today we are already experiencing extreme heat that is detrimental to human health. This is why it is

crucial to reach net-zero emissions as soon as possible,» study co-author Eunice Lo said» (The Independent, 27.09.2023).

Номинации субъектов, деятельность которых направлена на обеспечение безопасности окружающей среды, осуществление просветительской работы или изучение состояния экосистем и планеты в целом представлены коллокациями: *climate activists, climate experts, professor of climate science, professor of environmental law, professor in climate and geo-spatial modelling, environmentalists*. Использование данных коллокаций позволяет создать впечатление важности проблемы и вовлеченности широких слоев общества в обсуждение вопросов экологии. В медийном дискурсе представлены номинации действий, необходимых для обеспечения безопасности окружающей среды: *climate financing, climate money, climate actions, climate envoy, climate agreement, climate projection, climate plans, climate action targets, climate summit*.

Важное место в медийных нарративах занимают коллокации с прилагательным *green*, которое определяется как *a: relating to or being an environmentalist political movement; b: concerned with or supporting environmentalism green consumers who practice recycling; c: tending to preserve environmental quality (as by being recyclable, biodegradable, or nonpolluting)* (MWOD). Таким образом, к основным понятийным признакам лексемы относятся: 1) политические движения, деятельность которых направлена на сохранение качества окружающей среды; 2) ответственное потребление, включающее покупку товаров, произведенных из переработанного сырья; 3) поддержание качества окружающей среды.

Корпусный анализ показывает, что коллокации с прилагательным *green* образуют следующие семантические группы:

– экономические термины такие, как *green labour, green economy, green jobs, green bonds, green industries, green sector, green technology, green finance capital*, семантика которых предполагает отсутствие угроз окружающей среде

со стороны объектов, осуществляющих экономическую деятельность – компаний, корпораций, банков и т.д.;

– лексические единицы, номинирующие политических субъектов, а также виды деятельности, направленные на сохранение окружающей среды: *Green Climate Fund (GCF), green parties, green groups, green movement, green policies, green energy legislation, green initiatives, green agenda, green credentials, green industrial revolution; Green New Deal*;

– лексические единицы с семантикой «планирование», «цель»: *green targets, green goals, green initiatives*;

– лексические единицы с семантикой выбора, предполагающие принятие ответственности за будущее окружающей среды и человечества: *green choice, green choices*;

– лексемы, входящие в состав высказываний, содержащих намерения сохранения окружающей среды: *green promises, green statement, green message, green pledges, green issues*;

– экономические термины, обозначающие расходы, необходимые для обеспечения и сохранения благоприятной окружающей среды: *green costs, green taxes, green transition costs*.

В результате влияния дискурсивного фактора СМИ лексема *green* формирует оценочную коннотацию, которая не фиксируется в системном значении слова, а имплицуруется его контекстным окружением и выводится реципиентом текста в виде инференции, которая, по определению Е.С. Кубряковой, выступает как «одна из важнейших когнитивных операций человеческого мышления, в ходе которой, опираясь на непосредственно содержащиеся в тексте сведения, человек выходит за пределы данного и получает новую информацию» [Кубрякова и др., 1996, с. 33-34].

Отметим, что коллокации с лексемой *green* чаще встречаются в корпусе текстов качественной прессы. Так, относительная частота коллокаций в качественных СМИ составляет 711.28, в то время как в корпусе популярной

прессы – 339.51. На Рис.4 представлено статистически значимое различие в употреблении коллокаций с лексемой *green*.

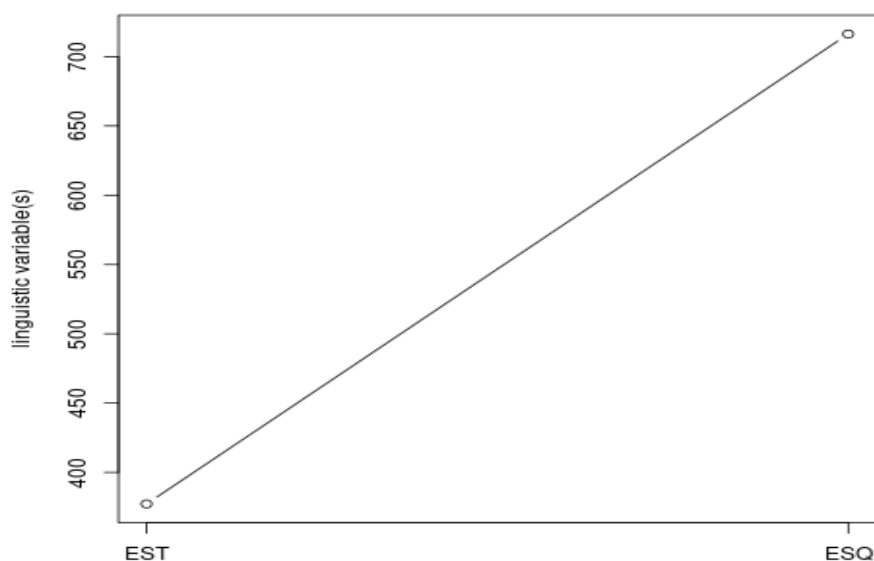


Рис. 4. Сравнительный анализ употребления коллокаций с лексемой *green* в корпусе качественной (ESQ) и популярной (EST) прессы

Медийные тексты упоминают объекты, безопасность которых требуется обеспечить: *water recourses, biodiversity, natural habitats, wildlife, agriculture*. В коллокациях *energy security, water security, food safety, water safety* акцентируется идея необходимости достаточного наличия ресурсов для обеспечения жизнедеятельности человека и общества. Коллокации *radiation safety, nuclear security, nuclear safety* передают идею отсутствия угроз со стороны опасных для человека и окружающей среды факторов и контроль над ними.

Концептуализируя действия, направленные на борьбу с угрозами экологической безопасности, медийные тексты подчеркивают необходимость минимизации угроз, а также адаптацию к новым условиям, вызванным изменениями климата и глобальным потеплением. Коллокации с глаголами *reduce, cut* и производными существительными включают следующие: *carbon reduction targets, emissions reductions plans, reduce air pollution, reduce fossil fuel usage, emissions-reducing technologies, reduce pressure on nature, reduce*

your carbon footprint, reduce energy consumption, reduce your environmental impact, reduce personal water use, cut its domestic carbon footprint и др.

Коллокации с лексическими единицами, обладающими семантическим признаком «адаптация», представлены следующими сочетаниями: *adapt to this climate change disaster, adapt transformatively, adapt to inevitably more severe extreme events, climate adaptation technologies, adaptation measures, national adaptation programme, adapting agricultural and engineering practices,*

Коллокации, образованные глаголом *solve* и существительным *solution*, включают следующие: *solve humanity pressing climate problem, solve the climate crisis, solutions to the climate crisis, solutions to tame global warming,*

Частота коллокаций с семантикой «принятие решений», «адаптация» и «сокращение» в обоих корпусах приводится в Таблице 2.

Таблица 2. Частота коллокаций с семантикой адаптации, решения проблем, минимизации последствий, ущерба и рисков в корпусах качественной (ESQ) и популярной прессы (EST).

Коллокации	Качественная пресса (Корпус ESQ)	Популярная пресса (Корпус EST)
<i>solve</i>	80.67	20.10
<i>solution</i>	388.95	121.07
<i>reduce</i>	895.29	691.10
<i>reduction</i>	204.78	121.07
<i>cut</i>	619.73	670.92
<i>adapt</i>	398.78	126.11
<i>adaptation</i>	129.34	10.09

Статистический анализ соотношения частотности коллокаций с ядерными словами *solve, solution, adapt, adaptation* в двух корпусах, выполненный с применением метода дескриптивной статистики, показывает, что тексты качественной прессы содержат большее число коллокаций, концептуализирующих различные способы решения экологических проблем и адаптацию к изменившимся условиям, что свидетельствует о формировании восприятия обществом неблагоприятных условий как

устойчивого и длительного фактора, которому необходимо противостоять и предпринимать активные действия для уменьшения его воздействия на различные сферы жизни общества.

Медийные тексты популярной прессы часто апеллируют к количественным данным, в большей степени акцентируя внимание на необходимости немедленных действий по сокращению выбросов для достижения целей: «Nations must collectively commit to cut 42 per cent off annual greenhouse gas emissions by 2030 and 57 per cent by 2035 in the next round of NDCs to achieve the 1.5°C goal, UNEP warned; By current projections, sea levels could rise between 2ft and 7ft by the end of the century. If the world moves to drastically cut the amount of pollutants dumped into the atmosphere that figure could be on the lower end of the scale» (The Guardian, 24.10.2024).

В фокусе медийных текстов качественной прессы находится необходимость поиска способов и решений, помогающих уменьшить воздействие негативных факторов, которые невозможно полностью исключить. Например: «Musk said carbon removal is a crucial part of combating global warming and that the biggest challenge is to find a technology that can be scaled up over time. «I think this is one of those things that is going to take a while to figure out what the right solution is, and especially to figure out what the best economics are for CO2 removal,” the entrepreneur said, sitting barefoot against a backdrop of tropical forests. «I don’t think we are currently doomed, he added. “[But] if we keep going, complacent, there is some risk of non-linear climate change» (The Observer, 23.04.2021).

Частота использования коллокаций с семантикой «принятие решений», «адаптация» представлена на Рис.5. Верхняя (сплошная) линия представляет корпус качественной прессы, нижняя (пунктирная) линия – корпус популярной прессы.

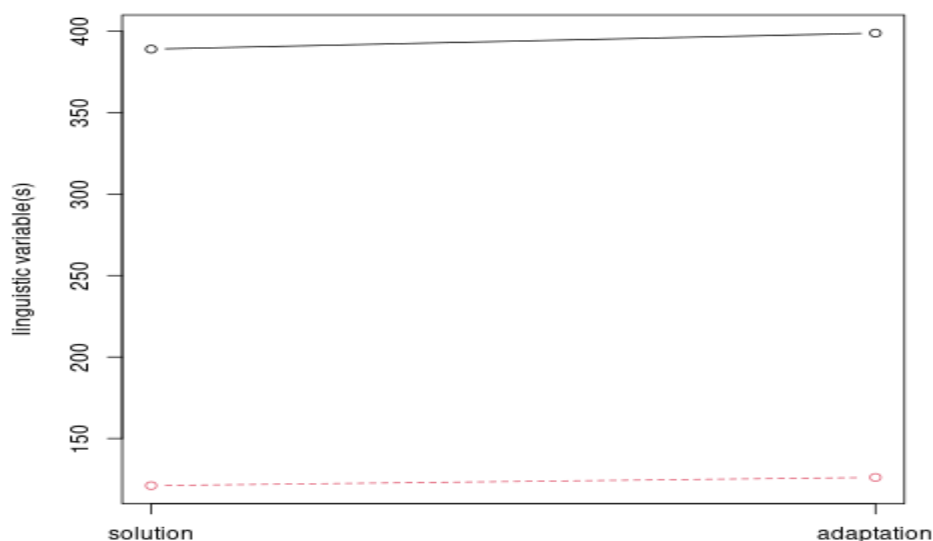


Рис. 5. Граф, отображающий статистически значимое различие в частоте коллокаций с лексемами *solve* и *solution* в текстах качественной и популярной прессы

Таким образом, сравнительный дискурсивно-корпусный анализ показал, что дискурсивные практики экологической безопасности характеризуются дискурсивной вариативностью в отношении способов репрезентации содержания ценности. Тексты качественной прессы чаще используют в качестве номинации основной угрозы экологическому благополучию планеты словосочетание *global warming*, в то время как тексты популярной прессы употребляют *climate change*. В то же время в качественной прессе доминируют стратегии решения проблемы, а также адаптации к изменившимся условиям и минимизации рисков в долгосрочной перспективе. Популярная пресса ориентируется на скорейшее достижение целей, позволяющих снизить риск неблагоприятного воздействия. Популярная пресса также широко апеллирует к проблеме климатических изменений (*climate change*), в то время как в качественной прессе расширяется оценочная составляющая концепта, т.к. вместо нейтрального существительного *change* в сочетании с существительным *climate* используется отрицательно оценочная лексема *crisis*.

3.2. Семантическая организация тезауруса дискурсивной практики экологической безопасности в британских СМИ

На следующем этапе исследования мы проводили моделирование семантической организации дискурсивной практики на основе реконструкции дискурсивного тезауруса, отражающего особенности медийной репрезентации ценности с использованием понятия семантического поля. Как указывалось выше, *LancsBoxX* (версия 5.0.3) позволяет провести семантическое аннотирование корпуса и выделить группы лексики, объединенные общим семантическим компонентом.

В целях выявления наиболее важных тем/темы в двух корпусах осуществлялся последовательный поиск семантических категорий в обоих корпусах. Таким образом было выделено 21 наиболее значимое семантическое поле и проведен сравнительный анализ двух корпусов, позволяющий установить социокультурную специфику медиатизации ценности в различных видах СМИ. Более детальный анализ семантических полей проводился на основе тщательного изучения входящих в их состав наиболее часто используемых лексем и контекстов их употребления.

В таблице 3 представлены основные семантические поля дискурсивной практики ЭБ в качественных и популярных СМИ британского медиадискурса, расположенные в порядке убывания частоты, в каждом из двух подкорпусов. Как упоминалось выше, важным показателем значимости семантической категории является ее распределение в корпусе, которая может быть измерена различными способами. Мы использовали указание на диапазон, т.е. количество частей корпуса, в которых встречается рассматриваемый элемент.

Мы проанализировали распределение (дисперсию) семантических классов слов в текстах, т.е. степень равномерности вхождения слова (группы слов) в корпусе [Greis, 2020], определив количество текстов, содержащих лексические единицы той или иной семантической категории. В Таблице 3 указан диапазон, т.е. количество текстов, содержащих лексемы

соответствующего семантического класса, а также нормализованная (относительная) частота вхождения (НЧ) семантического класса в корпус в расчете на миллион слов. Жирным шрифтом выделены названия семантических полей, значимость которых в качественных и популярных СМИ различается.

Таблица 3. Семантические классы слов в корпусе дискурсивных практик экологической безопасности с указанием относительной частоты (ОЧ) и диапазона текстов

	Качественная пресса			Популярная пресса		
	Семантический класс	НЧ	Кол-во текстов	Семантический класс	ОЧ	Кол-во текстов
1	Погода	14 552,9	207/210	Погода	13 139,53	247/262
2	Причинно-следственная связь	7 071,67	200/210	Причинно-следственная связь	6 362,91	235/262
3	Географические реалии	6 562,00	126/210	Время: прошлое	4 439,55	115/262
4	Время: будущее	6 006,83	188/210	Время: будущее	4 420,00	229/262
5	Время: прошлое	4 832,76	106/210	Локации	3 982,54	117/262
6	Локации	4 368,60	111/210	Географические реалии	3 768,02	259/262
7	Температура	2 602,96	60/210	Политика	2 079,87	102/262
8	«Зеленые» проблемы	2 375,43	131/210	«Зеленые» проблемы	2 061,22	143/262
9	Ущерб/разрушение	2 093,29	145/210	Пища	1 902,56	144/262
10	Экономический ущерб	1 811,15	67/210	Ущерб/разрушение	1 697,48	77/262
11	Вещества и материалы	1 729,24	107/210	Экономический ущерб	1 445,65	96/262
12	Наука и технологии	1 665,53	71/210	Транспорт	1 259,12	69/262
13	Транспорт	1 574,52	66/210	Здания и сооружения	1 147,20	49/262
14	Растения	1 501,71	40/210	Энергия	1 128,54	48/262
15	Пища	1 392,49	46/210	Вещества и материалы	1 100,56	57/262
16	Исследование, анализ, мониторинг	1 374,29	123/210	Исследование, анализ, мониторинг	960,66	108/262
17	Сельское хозяйство и садоводство	1 246,87	46/210	Сельское хозяйство и садоводство	830,08	41/262
18	Здания и сооружения	1 201,37	64/210	Температура	820,76	28/262
19	Энергия	1 183,16	56/210	Правительство	774,12	44/262

20	Политика	1 174,06	43/210	Растения	680,86	28/262
21	Правительство	336,75	20/210	Наука и технологии	643,55	34/262
	Кол-во текстов		210	Кол-во текстов		262

Как показывает Таблица 3, в исследуемом корпусе медийных текстов дискурсивный тезаурус представлен 21 наиболее значимым семантическим полем, каждое из которых обладает различной номинативной плотностью. В двух подкорпусах некоторые семантические поля имеют различные ранги, что, как мы считаем, отражает различную степень их значимости. Общими темами качественных и популярных СМИ с одинаковыми рангами являются следующие: 1) «Погода», «Причинно-следственная связь», «Зеленая проблематика» «Сельское хозяйство и садоводство», «Исследования, анализ, мониторинг»; 2) к семантическим полям с незначительно в статистическом плане различающимися рангами относятся «Вещества и материалы», «Энергия», «Географические локации», «Транспорт», «Ущерб/разрушения», темпоральная лексика и некоторые другие; 3) к семантическим полям, значительно различающимся в рангах, относятся «Пища», имеющая 9 ранг в корпусе популярной прессы и 15 ранг в корпусе качественной прессы; «Температура», имеющая ранг 7 в текстах качественной прессы и ранг 18 в корпусе популярной прессы, «Наука и технологии», имеющая ранг 12 в текстах качественной прессы и 21 ранг в текстах популярной прессы; «Политика», имеющая ранг 7 в корпусе популярной прессы и ранг 20 в текстах качественной прессы.

Сравнительный статистический анализ выявленных семантических полей, проведенный с помощью статистических инструментов *Lancaster Stat tools online*, позволил установить следующие семантические корреляции в исследуемых корпусах и определить статистически значимые различия в их употреблении. Результаты статистических тестов представлены на мозаичной диаграмме (Рис. 6.).

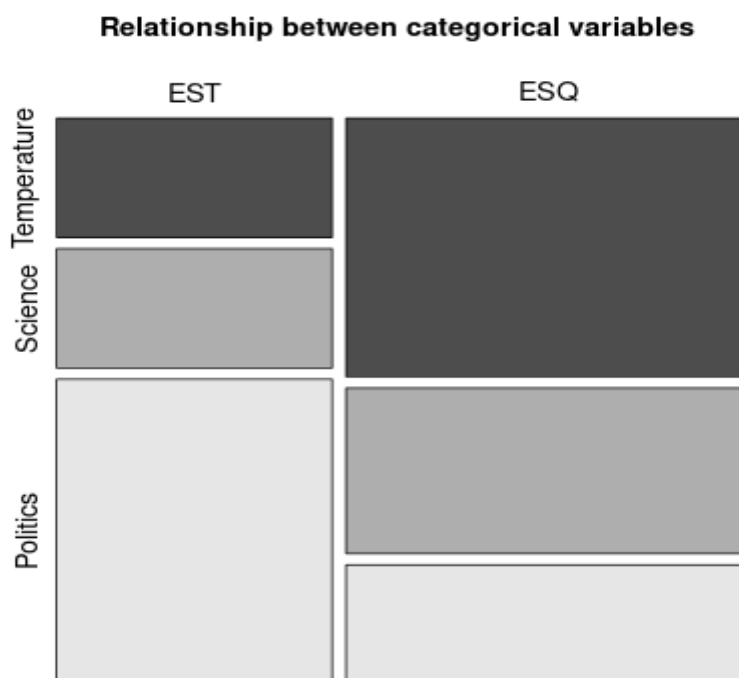


Рис. 6. Мозаичная диаграмма семантических полей «Температура», «Политика» и «Наука» в корпусе медийных нарративов экологической безопасности в текстах качественной (ESQ) и популярной (EST) прессы

Рассмотрим подробно каждое из представленных семантических полей. Общим семантическим полем, которое имеет одинаковый первый ранг в двух подкорпусах, является «Погода». Относительная частота лексических единиц этого семантического поля в текстах качественной прессы составляет 14 552,9 (Здесь и далее приводится относительная частота употребления лексем определенной семантической группы; при расчете относительной частоты используется основание миллион слов). Лексемы, номинирующие погодные явления, равномерно представлены в корпусе и встречаются в 207 из 210 текстов; в текстах популярной прессы частота лексем составляет 13 139,53, они присутствуют в 247 из 262 текстов.

Семантическое поле «Погода» образовано в основном существительными *climate, weather, wind, fog, downpours, flooding, heatwaves, drought, storm, rain, rainfalls, drizzle, snow, snowfall, tornadoes, monsoon,*

hurricanes, storm, sandstorm, clouds, gale, blizzards, dust storms, mist, torrents, hail, thunderstorm и др.; а также некоторыми прилагательными *sunny, cloudy, rainy, snowy, breezy, windy, foggy, blustery, showery, stormy, climatic* и др.

Тексты обоих корпусов описывают случаи погодных катаклизмов и вызванные ими последствия, например: «Extreme rainfall in short periods of time are incredibly difficult to predict and manage. Part of Brooklyn received 2.58 inches of rain in one hour on Friday morning, overwhelming a 120-year-old sewer system built to handle 1.75 in per hour. The torrential rains caused chaos across the city, shutting down half the subway system, stranding drivers on highways and flooding homes and businesses» (The Independent, 05.10.2023). Если в вышеприведенном тексте, сообщаемом о наводнении в Нью-Йорке, вызванным проливным дождем, эти последствия краткосрочные, то в менее развитых странах, например, в странах Африки, сложные погодные условия оказывают длительные тяжелые последствия такие, как неурожай, голод, отсутствие питьевой воды, невозможность получить доход:

«‘We are crying for rain’: Suriname’s villages go hungry as drought bites After the worst rains in decades, rivers are drying up and crops failing, leaving people in the interior without clean water or healthcare, and cutting transport links. John Adjako lets out a deep sigh when his thoughts turn to his income as a boatman. It has been dwindling for the past few months...» (The Guardian, 14.01.2025).

Одинаковые по значимости для обоих корпусов лексические единицы с семантикой причинно-следственных связей используются для акцентирования причин возникновения угроз экологической безопасности. Лексика с семантикой причинно-следственных связей, обозначающая причины, последствия, результаты, связи, обусловленность, включает такие единицы, как *due to, as a result of, related, dependent, triggered, caused, impact, resulted, consequences, reasons, effect, induce, produce, linked, influencing* и др. В текстах качественной прессы данные лексические единицы встречаются в 200 из 210 текстов, их частота составляет 7 071,67, тем не менее, в текстах

популярной прессы они встречаются в 235 из 262 текстов, а количество употреблений не превышает значение в текстах качественной прессы и составляет 6 362,91.

Таким образом, указание на причинно-следственные связи обнаруживается в 93 процентах текстов качественной прессы и 89 процентах текстов популярных изданий. Так, издание *The Independent* осуждает недостаточную осведомленность о случаях экстремальной жары в районах Сахары, что подвергает опасности людей, которые не осознают степень угрозы: «The under-reporting of heatwaves in sub-Saharan Africa could be putting people in danger, says Dr Harrington, **because** records are needed to understand how many people are dying in extreme heat events» (*The Independent*, 09.09.2021). Текст акцентирует необходимость вести точный учет количества людей, погибших от экстремальных погодных условий.

В дискурсивном тезаурусе медийных нарративов экологической безопасности обоих корпусов содержатся лексические единицы семантического поля «Исследование, анализ, мониторинг», которые включают глагольные единицы такие, как *analyze, scrutinize, track, monitor, seek, investigate* и др., а также отглагольные существительные *analysis, survey, scrutiny, research, surveillance, investigation, monitoring, review*. В текстах качественной прессы данные лексемы встречаются в 123 текстах их 210, т.е. практически в половине, а частота употребления лексем составляет 1 374,49 на миллион слов. В текстах популярной прессы лексемы встречаются в 108 из 262 текстов, а частота их использования составляет 960,66.

В следующем тексте акцентируется необходимость исследовать воздействие изменения климата на морских обитателей и производство морепродуктов: «That is the stark conclusion of a new report by the National Oceanography Centre (NOC), based in Southampton, which is pressing for the launch of a targeted research programme as a matter of urgency to investigate how sudden temperature rises in coastal seawater could affect marine habitats and seafood production in the UK. Across the planet, marine heatwaves are becoming

more frequent and intense as rising fossil fuel emissions force up atmospheric temperatures around the globe, causing the sea to warm» (The Guardian, 23.11.2024).

Важное место в нарративах экологической безопасности обоих корпусов также занимает лексика с семантическим признаком «Зеленые проблемы». Частота лексических единиц этого семантического поля составляет 2 375,43 для корпуса текстов качественной прессы, которые употребляются более чем в половине текстов (131 из 210); в корпусе популярной прессы частота лексем составляет 2 061,22, и они встречаются также примерно в более чем половине от общего числа текстовых образцов (143 текстов из 262).

Данное семантическое поле отличается большей номинативной плотностью и включает существительные *nature*, *eco-system*, *environment*, *pollution*, *conservation*, *air*, *ecology*, *deforestation*, *desertification* и др.; прилагательные *ecological*, *environmental*, *polluting*. Примечательно, что в состав этого семантического поля не входит лексема *green*, коллокационный профиль которой был рассмотрен выше.

Тексты, включающие данные лексемы, акцентируют угрозы окружающей среде, возникающие вследствие глобального потепления. Так, в следующем текстовом фрагменте сообщается о том, что экосистемы вымирают при повышении температуры: «At 2 C warming, 99% of the world's coral reefs also start to dissolve away, essentially ending warm-water corals. Nearly one in 10 vertebrate animals and almost one in five plants will lose half of their habitat. Ecosystems spanning corals, wetlands, alpine areas and the Arctic «are set to die off at this level of heating, according to Rogelj» (The Guardian, 14.10.2021).

Частота лексических единиц значительной части семантических полей незначительно варьируется в двух корпусах. В их число входит семантическое поле «Окружающий мир», представленное общими терминами, наиболее частотными из которых являются *world*, *planet*, *globe*,

sun, solar, sky, satellite. В состав данного поля входят также лексемы, обозначающие особенности рельефа или ландшафта: *mountain, caves, slopes, gasts, glaciers, sea, dunes, land, countryside* и др. Частота лексем семантического поля «Окружающий мир» составляет 3 648,34 употреблений в качественной прессе и 2 476,87 в популярной прессе. Диапазон текстов составляет 173 из 210 текстов для качественных изданий и 157 из 262 для популярных, что в обоих корпусах составляет больше половины текстов. Частотными лексемами в текстах обоих корпусов являются единицы, обозначающие виды ландшафта такие, как *valley, island, volcano, mountains, island, cliffs, desert, countryside, sea, land, hill*. Единицы данного поля встречаются в 188 из 210 текстов, частота употребления составляет 6 024,88 в текстах качественной прессы; а также лексемы встречаются в 177 из 262 текстов популярной прессы, а частота употребления составляет 3 576,58, что почти в два раза меньше по сравнению с текстами качественных изданий.

К числу единиц с равномерной дистрибуцией относятся лексемы семантического поля «Локации», такие как *countries, zone, location, province, regions, towns, location, territories, cities, sites, places, areas* и др., с частотой употребления 4 368,60, которые встречаются в большинстве текстов: в 111 из 210 текстов качественной прессы; а также в 117 из 262 текстов популярной прессы с частотой употребления 3 982,54.

Семантическую группу с высокой номинативной плотностью образуют лексемы семантического поля «Географические названия», включающие названия стран: *UK, Australia, America, Japan, Italy, Indonesia, Germany, China, Russia, Mexico*; названия островов и регионов: *Sumatra, Cyprus, Malta, Florida, Iowa* и др.; названия различных регионов Британии: *Berdfordshire, Gloucestershire, Norfolk, Midlands, Grampian, Scotland, Wales, Harrogate* и др.

Как правило, упоминание географических реалий связано с климатическими катаклизмами, стихийными бедствиями, возникшими вследствие изменения климата, промышленными выбросами, несущими угрозу экологической безопасности, в различных регионах планеты. Так,

следующий текст содержит упоминание инцидента, причинившего ущерб экологии:

«Last week it emerged the firm had paid out £1million to charity for polluting Hookstone Beck in Harrogate in 2016, killing 1,500 fish – prior to Ms Murray’s appointment as chair in 2021. Yorkshire Water was also hit with a £19.8m penalty over failing to meet key targets» (The Independent, 30.11.2023).

В другом примере описывается экологическая ситуация в Арктике: «climate change in Russia can be seen in the change in biodiversity as well as species moving areas to adapt to the weather. Scientists said that brown bears, predominantly found in Russia's boreal forest zone, are increasingly moving north, which is leading to a decrease in the number of Arctic species such as the Arctic fox and polar bear» (The Guardian, 05.04.2017).

В популярной прессе нормализованная частота употребления географических названий составляет 3 768,02, диапазон распределения – 259 текстов из 262; в качественной прессе нормализованная частота составляет 6 562,00, диапазон распределения – 126 из 210 текстов, что свидетельствует о практически равномерной дистрибуции лексем этого семантического класса.

Важное место в структуре дискурсивного тезауруса занимают лексические единицы с семантикой «Вещества и материалы». В их число входят лексемы, обозначающие газы такие, как *gas, air, carbon dioxide, helium, methane, nitrogen*. Нормализованная частота данных лексических единиц составляет 1 729,24 употреблений на миллион слов в качественной прессе, лексемы данной семантики встречаются практически в половине текстов (107 из 210). В популярной прессе частота лексем составляет 1 100,56, которая встречается в 20 процентах текстов (57 из 262 текстов).

«The Copernicus report summarised 2023’s worst climate extremes and what’s driving them – primarily the continued rise of greenhouse gas emissions from burning fossil fuels. Concentrations of carbon dioxide and methane in the

atmosphere reached record levels in 2023, researchers found» (The Independent, 09.01.2024).

Текст, опубликованный в *The Guardian*, перечисляет вещества, способствующие нагреванию атмосферы и вызывающие изменения климата, указывая на увеличение их концентрации, что отражает данные научных исследований, призвано обеспечить прагматический эффект и вызвать обеспокоенность общественности. Текст популярной прессы, приведенный ниже, содержит упоминание углеродных выбросов в связи с проведением Международного экономического форума в Давосе, на который тысячи участников прилетели на частных самолетах, что привело к увеличению вредных выбросов в атмосферу. Текст использует саркастическую тональность, акцентируя, что люди, принимающие решения, в задачи которых входит принятие мер по защите окружающей среды, поступают безответственно и заслуживают порицания:

«World Economic Forum (WEF) in Davos, Switzerland, the choice of transportation for the conference's VIPs became the laughingstock of the world after reports surfaced about more than 1,000 attendees traveling to the Swiss town in private jets, while lecturing the world about the dire consequences of global warming and carbon emissions» (The Observer, 21.01.2020).

Группа лексем с семантикой «Ущерб/разрушение» представлена глаголами *slash, destroy, collapse, damage, corrode, ravage, raze, contaminate, snap, slash, rip, break, crush, erode*, существительными *destruction, erosion, harm*; некоторыми прилагательными *ruinous, apocalyptic, devastating* и др.

Лексемы с семантическим признаком «Ущерб/разрушение» в популярной прессе встречаются в 77 из 262 текстов, а частота составляет 1697,48 на миллион слов; в текстах качественной прессы лексемы с семантикой разрушения используются в 145 из 210 текстов, частота лексем составляет 2 093,29 на миллион слов.

«Politicians ought to be seizing onto that. Friends of the Earth's Andrew Pendleton said: «Smith is quite right – politicians need to be honest with people

because they've known for years that climate change will have a devastating impact on the UK, with worse flooding and damage to coastlines and crops. To have an environment secretary who disputes man-made climate change is simply ludicrous. As a first step, David Cameron must give Owen Paterson the boot as soon as possible» (The Guardian, 26.06.2014).

В приведенном текстовом фрагменте конструируется неизбежность разрушительного воздействия климатических изменений на страну, осуждается стремление должностных лиц, призванных по долгу службы заниматься предотвращением или минимизацией негативных последствий климатических изменений, оспаривать антропогенную природу угроз. В следующем тексте лексика с семантикой угрозы используется в нарративах от первого лица, повествующих о непосредственном опыте жителей региона, столкнувшихся с изменениями климата:

«For a few years, we haven't had enough water to grow our crops or even to drink, she says. Sudden torrential downpours do not resolve water shortages, she adds. Catalonia had unusually heavy rains in 2020, followed by four years of drought. "The truth is that these types of rains cause **damage and misfortune**," she says, "but most of the water just ends up in the sea because the parched land can't absorb it when so much falls all at once.» (The Daily Mirror, 23.09.2021).

В структуре дискурсивного тезауруса важное место занимает лексика с семантикой финансовых потерь, включающая такие единицы, как *loss, pay, spending, expenditure*: «The storm caused more than £12 billion **worth of damage** (in today's money), with some 15 million trees felled across southern Britain. In this graphic account, Jonathan Mayo has reconstructed, minute by minute, the events of that night through the eyes of people caught up in» (The Daily Mail, 30.07.2024). В текстах акцентируется тема финансовых потерь вследствие единичных природных катаклизмов, погодных условий, а также долгосрочные потери, обусловленные изменениями климата.

В структуре дискурсивного тезауруса прослеживается сопряженность ценности экологической безопасности с продовольственной безопасностью.

Так лексемы семантического поля «Пища», актуализирующие базовую для человека ценность (*food, diet, meat, cookies, recipes, artichokes, cabbage, lettuce, broccoli, beans, chocolate, sugar, tomato, peppers, rice, oatmeal, peanut, butter, vegetables, corn, fruit, cherry, salmon* и др.), представлены в 46 из 210 текстов качественной прессы с частотой употребления 1392, 49, что составляет примерно 20 процентов всех текстов корпуса. В текстах популярной прессы лексемы семантического поля присутствуют в 144 из 262 текстов с частотой употребления 1902,56, что превышает половину всех текстов. Текстовые образцы акцентируют последствия глобального потепления или изменений климата для выращивания растений и производства пищи, приводя свидетельства от лица обычных людей: «Fornons, a singer, is cheery and exuberant, stopping every few minutes to chat or chuckle with a neighbour, as she walks through the village to her allotment. She used to grow lettuce, onions, artichokes, peppers and three varieties of tomatoes for her family – she has an 18-year-old son and a husband who works in an iron foundry. But for the past three years, the land's been too dry. Holding out a shrivelled brown bud from an apple tree, she says» (The Guardian, 23.11.2024). Импликациями подобных текстов являются выводы о неизбежном подорожании базовых продуктов питания, что отрицательно скажется на материальном благополучии людей.

Понятийные признаки концепта «экологическая безопасность» включают обозначения объектов, подвергаемых угрозам, к числу которых относятся «Сельское хозяйство и садоводство», представленное лексемами *cultivation, harvest, crops, farmland, livestock, plant* и др. Например: «Heavy rainfall, which can damage crops, is also becoming more frequent in the UK and across Europe because of climate breakdown. Hannah Croft, an agronomist at the organic vegetable box company Riverford, said there would be “tight periods for broccoli supply later this spring”» (The Guardian, 13.01.2025). В качественной прессе лексемы, номинирующие растения, урожай, земли сельхозугодий и др., встречаются в 46 из 210 текстов, их частота составляет 1 246,87; в

популярной прессе лексемы, отсылающие к сельскому хозяйству и садоводству, встречаются реже, употребляясь в 41 из 262 текстов, частота использования – 830,08 на миллион слов. К объектам, которым угрожают изменения климата, относятся также здания и сооружения, которые упоминаются примерно в 30 процентах текстов качественной прессы и около 20 процентов текстов популярной прессы (относительная частота 1201,37 и 1147,20 соответственно).

Важное место в текстах, посвященных экологической безопасности, занимает темпоральная лексика. С одной стороны, используются слова с семантикой «Время: прошлое». К ним относятся лексемы *yesterday, last (decade, century), history, past (two, three) decades, already, used to* и др.); в качественной прессе лексемы с семантикой указания на прошлое встречаются примерно в 50 процентах текстов (106 из 210 текстов), их частота составляет 4 832,76; в популярной прессе лексемы, отсылающие к прошлому, употребляются примерно в 40 процентах текстов (115 из 262), частота использования – 4 439,55 на миллион слов.

С другой стороны, тексты корпуса содержат лексемы с семантикой будущего времени такие, как *will, next, going, future, upcoming, pending, updated, tomorrow, ahead, looming*. Например: «“Climate change is no longer just an environmental problem. It is a looming economic threat.” The big insurers – State Farm, AllState and Farmers, among others – insist they have no choice but to raise rates because of factors including sky-high construction costs and what they call “catastrophe exposure”, especially in California where they face regulatory hurdles unmatched in other states» (The Independent, 17.08.2020). Текст сообщает о надвигающейся экономической угрозе, вызванной изменениями климата, т.к. страховые компании вынуждены поднимать тарифы вследствие необходимости учитывать риски, которые могут возникнуть из-за природных катаклизмов.

В текстах популярной прессы референции к будущему встречаются в 229 из 262 текстов, что составляет 87 процентов от общего числа текстов;

частота использования составляет 4 420,00. В текстах качественной прессы процент текстов, содержащих отсылки к будущему, также высок (89 процентов), они встречаются в 188 из 210 текстов, а частота использования лексем составляет 6 006,83.

Лексемы с семантикой настоящего времени такие, как *currently*, *now*, *right now*, *today*, *nowadays*, *meanwhile* также частотны. В текстах качественной прессы их частота составляет 3 777,67 в 178 из 210 текстов; в текстах популярной прессы они встречаются в 188 из 262 текстов, вместе с тем количество употреблений превышает значение в текстах качественной прессы и составляет 4 368,57. Например, следующий текст акцентирует необходимость немедленных действий, направленных на сохранение и поддержание численности популяций морских обитателей: «These have been depleted in the past and a major restoration programme is **now** under way. “However, we do not know what will happen to that programme if marine heatwaves start to kill off seagrass again,” added Jacobs. “We need to understand how this will happen and investigate **now** to find out if there are strains that are more resilient than others and concentrate on planting these» (The Daily Mail, 30.06.2022).

В состав семантических полей, образующих тезаурус дискурсивной практики, входят лексические единицы с семантическим компонентом «Правительство», органы государственной власти такие, как *Parliament*, *authorities*, *Commons*, *council*, *regime*, *official*, *the House of Lords*, *pact*, *governance* и др., которые используются в 20 из 210 текстов качественной прессы с частотой употребления 336,75; а также в 44 из 262 текстов популярной прессы с частотой употребления 774,12. Тексты, включающие лексику данного семантического поля, информируют о фактах нарушения властями экологических норм, например, в следующем тексте сообщается о протестах в столице Уругвая, вызванными действиями властей: «Protesters banging empty plastic bottles came out on to the streets of Montevideo, the capital of Uruguay, last year, when the city ran out of drinking water. After three years of

drought, the authorities began to mix diluted seawater into the public supplies, making tap water salty and unsafe to drink. Uruguayans had no option but to buy bottled water, and there's one brand that dominates the supermarket shelves: Salus» (The Guardian, 23.11.2024).

Тексты также акцентируют меры, предпринимаемые властями для ликвидации и минимизации вреда здоровью граждан вследствие экологических катаклизмов: «Governments must prioritise the provision of drinking water to the population, above any private interest, and plan ahead for droughts and other emergencies. Back in Valencia, hundreds of thousands of people still have no choice but to get water from emergency tankers or use bottled water. The authorities are working hard to ensure there are no traces of toxic chemicals or faecal matter in the water supplies of the worst affected areas» (The Guardian, 23.11.2024). Текст сообщает о действиях органов власти Валенсии, направленных на обеспечение жителей региона чистой питьевой водой.

К числу семантических полей, обладающих различной значимостью в двух исследуемых корпусах, относятся следующие ниже категории.

Семантическое поле «Наука и технологии» образовано довольно ограниченным кругом лексем, в который входят некоторые прилагательные *scientific, technological, genetic, technical* и др.; существительные *science, experiment, technology, engineering*. В следующем тексте сообщается об увеличении числа ученых, исследующих Арктику: «The Growing Popularity of Polar Science The number of scientists devoted to polar research has more than doubled, and they're painting a sobering picture. As we move into the thick of Antarctic winter, one would anticipate the ocean around the southernmost continent to be clad in its typical veil of thick sea ice» (The Observer, 25.05.2023).

Частота лексических единиц семантического поля «Наука и технологии» составляет 1 665,53 для корпуса текстов качественной прессы, которые употребляются практически в одной трети текстов (71 из 210); в корпусе популярной прессы частота лексем составляет 643,55, и они

встречаются примерно в 12 процентах от общего числа текстовых образцов (34 текстов из 262).

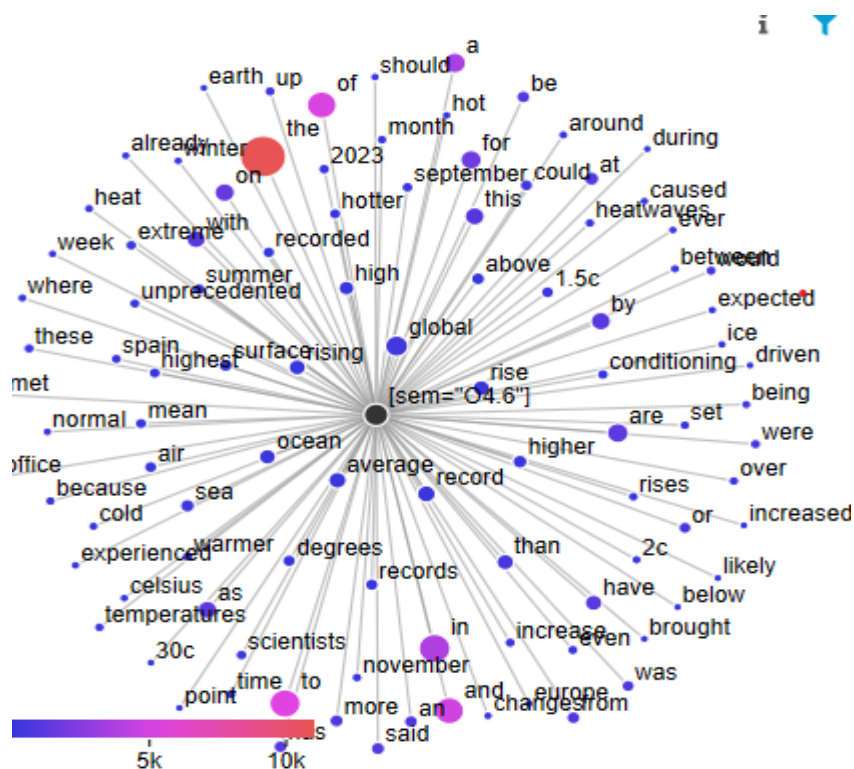


Рис. 7. Граф коллокаций лексем с семантическим признаком «температура» в корпусе качественной прессы

Важное место в текстах качественной прессы занимает тема повышения температуры, частота употребления лексем с данным семантическим признаком составляет 2 602,96, и они встречаются примерно в трети текстов (60 из 210). Частота лексем с семантическим признаком «Температура» (*temperature, melt, heat, Fahrenheit, fire*) в популярной прессе составляет 820,76 употреблений в 10 процентах (28 из 262) текстов. Построение графа коллокаций семантической категории «Температура» показывает, что типичными коллокатами выступают глагольные единицы с семантикой увеличения *rise, rising, increase, sore* прилагательные отрицательной оценочной семантики *unprecedented, extreme, record, highest* (см. Рис.7).

Дискурсивный тезаурус нарративов экологической безопасности включает лексемы, относящиеся к семантическому полю «Политика» (*polling, Conservative, Republican, election, ballot, demonstration, democracy, lobby, opponents, wing, conservative, rights, referendum, propaganda, rightwing, campaign, vote, Tories* и др.), которые используются в 43 из 210 текстов качественной прессы с частотой употребления 1 174,06; а также в 102 из 262 текстов популярной прессы с частотой употребления 2079,87 на миллион слов, что свидетельствует о политизированности темы экологической безопасности в популярной прессе.

Рассмотрим следующий текст, опубликованный на сайте газеты *The Sun*: «THE Bank of England's commitment to net zero makes it worse at fighting inflation, its former chief has claimed. Financier Lord King, 75, said making climate change a consideration in policymaking was the "straw [that] breaks the camel's back". Lord King said making climate change a consideration in policymaking was the 'straw [that] breaks the camel's back'. In an interview, he said the Bank can "do nothing about climate change" and said "arbitrary dates for outlawing gas boilers and petrol cars made no sense"» (The Sun, 27.04.2024).

Текст сообщает о негативных последствиях «зеленой» политики для экономики, цитируя лорда Кинга, который сравнивает ее проведение с соломинкой, сломавшей спину верблюда, предупреждая о тщетности усилий одиночных организаций в обеспечении экологической безопасности, апеллируя к чувству страха адресата перед экономическими проблемами и оказывая на него эмоциональное воздействие.

Таким образом, моделирование дискурсивного тезауруса, выполненное с применением методов корпусного анализа, позволило установить семантические классы слов дискурсивной практики, выявить количественные характеристики, входящих в их состав лексем, выявить дистрибуцию семантических классов в пределах каждого из подкорпусов и установить доминирующие семантические классы, отражающие социокультурную специфику нарративов качественных и популярных изданий.

Отметим, что социокультурная специфика нарратива экологической безопасности устанавливалась на основе сравнительного анализа с применением статистических инструментов, позволяющих выявить значимые отличия в семантической организации дискурса каждого из подкорпусов.

Как показывает статистика, семантические классы слов, образующие дискурсивный тезаурус, распределены в корпусе неравномерно и могут встречаться в двух сравниваемых подкорпусах в определенных комбинациях, формируя модели дискурсивной реализации ценности. Как было показано выше, наибольшей частотой в корпусе обладают лексемы семантического поля «Погода», лексические единицы, принадлежащие к этому полю, обладают наиболее равномерной дистрибуцией и встречаются в 98 процентах текстов качественной прессы и 97 процентах текстов популярной прессы. Вместе с тем важно подчеркнуть, что упоминание экстремально высоких температур преобладает в качественной прессе и составляет примерно 30 процентов по сравнению с 10 процентами в популярной прессе: «While 2023 was perceived by many as a year in which **global heating** accelerated, scientists said the **higher temperatures** were in line with the predicted result of increased carbon emissions» (The Guardian, 09.01.2023).

В то же время упоминание науки и технологий встречается в одной трети текстов качественных СМИ и только в 12 процентах текстов популярных СМИ. Тексты, как правило, сообщают о научных исследованиях, посвященных изучению влияния климатических изменений на различные аспекты жизнедеятельности человека. Так, следующий текст информирует адресата о результатах исследования, установившем взаимосвязь между изменениями климата и репродуктивной функцией человека: «Our first-of-its-kind **study shows** that there is a complex and intricate relationship between climate change and reproductive choices, with differences noted both within and between countries across the world.» (The Independent, 09.08.2024).

Медийный дискурс акцентирует усилия ученых, направленные на оценку последствий изменений климата для различных стран и регионов, таких как таяние ледников, которое повлечет затопление обширных территорий: «the Thames Estuary at risk of becoming submerged. The collapse of the glacier, which could begin with decades, could also submerge major cities such as New York and Sydney. Parts of New Orleans, Houston and Miami in the south on the US would also be particularly hard hit. **A 2014 study looked by the union of concerned scientists looked at 52 sea level indicators in communities across the US.** It found tidal flooding will dramatically increase in many East and Gulf Coast locations, based on a conservative estimate of predicted sea level increases based on current data» (The Daily Mail, 30.04.2018).

Лексические единицы семантического поля «Наука», указывающие на результаты исследований, данные мониторингов и др., преобладающие в текстах качественных СМИ, демонстрируют использование основанной на научных доказательствах рациональной аргументации в поддержку необходимости принятия мер по обеспечению экологической безопасности: «the new study, researchers discussed the high probability that no chicks had survived from four of the five known emperor penguin colonies in the central and eastern Bellingshausen Sea. [...]They examined **satellite images** that showed the loss of sea ice where the animals go to have their young, well before chicks would have developed waterproof feathers» (The Independent, 24.08.2023).

В качественной прессе дискурсивная реализация ценности подчеркивает необходимость изучения возможностей адаптации промышленности, экономики, а также животного и растительного мира к последствиям глобального потепления: «again appears to be viewing the problem through a narrowly British lens. Developed countries such as the UK may be able to afford such adaptation measures, but poorer ones will be less likely to. He also ignores the fact that wildlife won't be able to adapt fast enough. A study earlier this year showed that most land animals won't appear to evolve quickly

enough to cope with temperatures by the end of the century» (The Guardian, 30.09.2013).

Упоминание политических сил, правительственных органов, выборов, опросов и т.д. более свойственно популярному медийному дискурсу по сравнению с качественными СМИ. Преобладание в популярной прессе лексических единиц, образующих семантические поля «Политика» и «Правительство», свидетельствует о политизированности дискурсивной практики, косвенно указывая на то, что обеспечением экологической безопасности должно заниматься государство.

Отрицательное оценочное семантическое поле «Ущерб/разрушение» в текстах качественных СМИ используется приблизительно в два раза чаще, чем в текстах популярной прессы (69 и 29 процентов соответственно): «These conditions were often linked to powerful cyclones which triggered heavy rainfall and **substantial damage**» (The Independent, 07.09.2022); в то время как негативно оцениваемая лексика с семантикой экономического ущерба, высоких издержек для бизнеса, государства и граждан присутствует в разных типах СМИ примерно в одинаковой пропорции: 31 процент в текстах качественной прессы и 36 процентов в текстах популярной прессы: «why continued discussion of this topic — and human-driven climate change at large — is essential to mitigating these consequences, Mr Gottlieb said. “Documenting the impacts of particular changes that we see — whether that’s snow or something else — and really trying to quantify what those impacts are and what their **costs** to us are, is crucial because I think it highlights just how **steep the costs** of inaction on climate change are,” Mr Gottlieb said» (The Independent, 15.04.2023).

В обоих подкорпусах примерно в половине текстов упоминаются парниковые газы, что указывает на причины возникающих угроз для экологической безопасности: «Only rapid and drastic reductions in **greenhouse gases** in this decade can prevent such climate breakdown, with every fraction of a degree of further heating likely to compound the accelerating effects, according to the Intergovernmental Panel on Climate Change, the world’s leading authority on

climate science» (The Guardian, 21.03.2024); одна треть текстов в обоих подкорпусах содержат лексические единицы, относящиеся к семантическому классу «Сельское хозяйство и садоводство»: «Southern Madagascar is in the grip of its worst drought since 1981. Three consecutive years of poor rains have ravaged **crops**, leaving 1.14 million people at risk of food insecurity and 400,000 at risk of starvation, according to the World Food Programme» (The Independent, 13.01.2024).

Оба вида СМИ акцентируют значимость темы «Окружающая среда», в реализации которой важную роль играют лексические единицы с семантикой изменения, образующие следующие коллокации: *climate change, global warming, rise in temperature, sea-level rise, increase in the frequency of disasters* и др; а также лексика с семантикой разрушения: *destroy, devastate, damage, collapse, harm* и др., сигнализирующая о последствиях глобальных изменений климата. Тексты обоих корпусов содержат отсылки к потере материальных ресурсов и влиянию изменений климата на сельское хозяйство, экономику и качество жизни в целом. Оба корпуса содержат семантические поля, включающие лексику, указывающую на причинно-следственные связи между изменениями климата и негативными или социально неодобряемыми явлениями: *climate-related poverty, heat-related deaths, linking many extreme weather disasters to the climate crisis*, а также семантические поля «Энергия» и «Вещества и материалы», номинирующие основные причины климатических изменений *gas emissions, fossil fuel*.

Тема «Политика» акцентирует приблизительно в 40 процентах текстов популярной прессы и лишь в 20 процентах текстов качественной прессы. В обоих корпусах присутствуют коллокации *general election, climate demonstration, political movement, political conflict, political debate, political promises, human rights, voting groups, parliamentary commission* и др. В текстах подчеркивается роль государственных и политических структур, общественных объединений в решении проблем экологической безопасности. Тема «Наука и Технологии» включает коллокации: *new*

technologies, permafrost research, polar research, scientific journal, satellite images и др.

Сравнительный анализ показывает, что несмотря на то, что в обоих корпусах акцентируются изменения климата, погоды и экстремально высокие температуры, тексты качественной прессы упоминают температурные аномалии гораздо чаще, что говорит о стремлении вызвать обеспокоенность широкой общественности и побудить ее к действию.

Таким образом, социокультурная специфика дискурсивной реализации ценности выявляется на основе анализа семантической организации дискурсивного тезауруса, образованного репертуаром семантических полей, характеризующихся номинативной плотностью семантических групп лексики, репрезентирующей ценность, частотностью употребления входящих в их состав лексических единиц, распределением этих лексических единиц в текстах корпуса.

3.3. Метафорическое осмысление ценности «экологическая безопасность» в медийном дискурсе

Ведущую роль в дискурсивном осмыслении разного рода концептов играют метафорические нарративы, отражающие опыт осмысления человеком социальной реальности и образующие культурное социально-значимое пространство [Баранов 2014; Болдырев 2013; Lakoff 2003]. Используя метафорические стратегии [Кондратьева, Игнатова 2021], нарративы формируют ассоциативное поле ценностей в медийной коммуникации, что выдвигает в фокус научного интереса инвентаризацию репертуара метафорических моделей, которые являются важным интерпретирующим механизмом, формирующим оценочное содержание и определяющим восприятие различных феноменов в сознании членов дискурсивного сообщества [Кочетова, 2024].

Цель параграфа – установить метафорические модели, лежащие в основе медийных нарративов об экологической безопасности в британских СМИ,

которые определяют векторы интерпретации и ценностные импликации актуализируемой в медийном дискурсе ценности.

В нашем исследовании мы опирались на положения, выдвинутые американскими учёными Джорджем Лакоффом и Марком Джонсоном, заложившими фундамент когнитивной метафорологии. Метафора в их трактовке – это «понимание и переживание сущности одного вида в терминах другого вида» [Лакофф, Джонсон, 2004, с.27]. А в своей книге «Современной теории метафоры» сам Дж. Лакофф представляет следующую точку зрения: «метафора позволяет нам понимать довольно абстрактные или по природе своей неструктурированные сущности в терминах более конкретных или, по крайней мере, более структурированных сущностей» [Lakoff, 1993, с. 245]. Также, в упомянутом труде ученые предлагают идею о том, что система концептов человека организуется с помощью метафор.

Таким образом, исследование опирается на лингвистическую концепцию Дж. Лакоффа согласно которой, метафорические модели представляют собой глубинные когнитивные механизмы интерпретации окружающей действительности, структурирующие знание в определенной области, переводящие его в привычные термины, доступные для понимания на уровне обыденного сознания, определяющие его эмоционально-оценочное восприятие широкой аудиторией и оказывающие воздействие на представителей дискурсивного сообщества.

Отправной точкой для нашего исследования послужили следующие положения:

- взаимодействие двух структур знаний – «источник» (source domain) и «цель» (target domain) – то, на чём основана метафоризация;
- процесс метафоризации предполагает такое структурирование области цели, как «метафорическая проекция» (metaphorical mapping) либо «когнитивное отображение» (cognitive mapping). Пример метафорической проекции, приводимый в труде Лакоффа «Метафоры, которыми мы живём»: «НАРОД/ОБЩЕСТВО [цель] – ЭТО СТАДО [источник]» – «мы вновь

являемся лишь бессловесным стадом для губительных игр «верхов»» – здесь «стадо» определяется как метафорическое следствие, или «профилирование» (что есть «высвечивание отдельных свойств источника в области цели»), в метафорической проекции [Лакофф, Джонсон, 2004, с.9];

- область источника является обобщением опыта практической жизни индивида;

- концептуальные метафоры – это соответствия области источника и области цели;

- одна из самых значимых функций метафоры – приобретение нового знания, то есть, когнитивная функция.

Важным для нашей работы являются положения дескриптивной теории метафоры, разработанной А.Н. Барановым, согласно которой область источника – сигнификативный дескриптор, а область цели – денотативный дескриптор; сигнификативные дескрипторы, связанные тематически, образуют «метафорические модели»: так, например, «сигнификативные дескрипторы, имеющие семантику военных действий, армии, образуют М-модель ВОЙНЫ» [Баранов, 2014, с.12]. Как отмечает Е.В. Федосеева, «дискурсивные концепты часто бывают связаны посредством концептуальной (когнитивной) метафоры, поскольку именно когнитивная метафора играет важную роль в репрезентации знания в языковой форме как проявление аналоговых возможностей человеческого разума. Концептуальная метафора играет большую роль в категоризации концептов, в том числе дискурсивных, показывая, как новое познается человеком через известное» [Федосеева, 2016, с. 103].

Медийные нарративы предназначены для информирования широкой общественности об угрозах и рисках, вызванных изменениями климата и оказания эмоционального воздействия на адресата с целью побуждения к определенным действиям. Особого внимания заслуживает идея Г.Г. Слышкина об идеологизации концептов за счет обогащения их содержания ассоциативными признаками, предпочтительными для

определенных социальных институтов [Слышкин, 2005, с. 11], в число которых входят СМИ. Выбор метафорического образа обуславливает передачу мнений, суждений и отражает идеологические установки медийных изданий. При этом особо стоит отметить интерпретирующий потенциал синтаксических конструкций, репрезентирующих совокупности смыслов, объективируемых одной языковой единицей в коммуникации. По наблюдениям Л.А. Фурс, такая репрезентация соотносится со «смысловой объемностью» структуры предложения, определяемой как увеличение смысловой нагрузки предложения за счет приращения дополнительных смыслов в условиях принципа языковой экономии [Фурс, 2023, с. 476].

Анализ текстов показал, что в основе англоязычного медийного нарратива лежат антонимические метафорические модели. С одной стороны, используется концептуальная метафора «ENVIRONMENT IS A LIVING BEING» («ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА – ЖИВОЕ СУЩЕСТВО»): живые существа дышат, а сжигание топлива и уничтожение лесов не дают планете дышать, буквально душат ее: «... but only just. António Guterres, the UN secretary general, warned: “[This report] is a code red for humanity. The alarm bells are deafening, and the evidence is irrefutable: greenhouse gas emissions from fossil **fuel burning and deforestation are choking our planet** and putting billions of people at immediate risk.”» (The Guardian 09.08.2021). Важно отметить, что одушевляемый в данном контексте объект используется в синтаксической позиции пациенса (в терминах Ч. Филмора), что формирует дополнительные смыслы, актуализируя идею страдания планеты и акцентируя необходимость немедленных действий, направленных на ее спасение. В то же время результаты антропогенной деятельности (*green gas emissions*) занимают синтаксическую позицию, соответствующую семантической роли агенса действия, выраженного глаголом *choke*, что позволяет избежать прямой номинации субъектов, осуществляющих контроль над ситуацией и ответственных за текущее негативное положение дел, не позволяя прямо обвинить «большой» бизнес в экологических угрозах.

В рамках антропоморфного фрейма в следующем дискурсивном фрагменте реализуется медицинская метафорическая модель «ENVIRONMENT IS A PATIENT» («ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА – ПАЦИЕНТ»): «With the rise of climate change, the area has become arid and dry. As a result, the river has experienced a drought and high levels of pollution. Photos of the dried-up river are eerie, as trees lay in what looks like an oblong puddle, and just as the local **environment is suffering**, so are the farmers» (The Observer, 19.12.2020).

Метафорические импликации данной модели сводятся к тому, что окружающая среда находится в тяжелом состоянии и нуждается в неотложной помощи.

В качественной прессе отношения человека и окружающей среды метафорически осмысливаются как неудачный брак «DEALING WITH THE ENVIRONMENT IS MARRIAGE» («ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ – ЭТО НЕУДАЧНЫЙ БРАК»), в котором тревожные признаки в поведении партнера не замечаются или игнорируются:

«He says: “[Societies] are unwilling to abandon something – for example a settlement or the current global economy – if a great deal has been invested in it, even if future prospects are dim.” Others have blamed social hubris, he says, meaning excessive pride or arrogance led societies to ignore warning signs and block preventive action. “**It’s like being in a bad marriage**,” Brozović says. “You know you should get out, but you have invested a lot of yourself and a lot of time, and it’s really hard.”» (The Guardian, 28.12.2024).

Общество много вложило в формирование и развитие глобальной экономики и не готово отказаться от достигнутого, несмотря на то, что природа (окружающая среда) подает сигналы о неблагополучии в этих отношениях.

С другой стороны, в медийных нарративах широко используется артефактная метафорическая модель «PLANET IS AN OBJECT» («ПЛАНЕТА – ЭТО ОБЪЕКТ»), реализуемая глагольными лексемами

destroy, damage. Например: «He called for an end to new coal plants and to new fossil fuel exploration and development, and for governments, investors and businesses to pour all their efforts into a low-carbon future. “This report must sound a death knell for coal and fossil fuels, before they **destroy our planet**,” he said» (The Guardian, 09.08. 2021). Метафорический образ актуализирует хрупкость как основную характеристику объекта, что имплицитно подразумевает необходимость бережного отношения к природе. Например: «The former Amazon CEO, who also owns the private space exploration company Blue Origin, said he was reminded of how beautiful and **fragile nature** is when flying to suborbital space in a Blue Origin rocket in July. “I was told seeing Earth from space changes the lens through which you view the world, but I was not prepared for just how much that would be true,” he said» (The Observer, 02.11.2021).

В следующем тексте используется артефактная метафорическая модель «CLIMATE IS A MECHANISM» («КЛИМАТ – ЭТО МЕХАНИЗМ»), предполагающая, что изменения климата можно исправить или починить, если предпринять правильные действия: «When Prince Frederik takes the throne on Sunday, the Danish crown will pass from his mother, Queen Margrethe II, a monarch who has cast doubt on the fact that human pollution is heating the planet, to one who feels bound by duty to call for stronger action on **climate breakdown**» (The Daily Mail, 14.01.2024).

Важную роль в метафорической концептуализации аспектов экологической безопасности в британских медиа играют военные и медицинские метафоры. В медийных нарративах широко используется метафорическая модель «SECURING ECOLOGICAL SAFETY IS A BATTLE» («ДОСТИЖЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ — ЭТО ВОЙНА»), в рамках которой изменение климата осмысливается как враг, с которым нужно бороться, что реализуется глагольными коллокациями *fight climate change, combat climate change*, например: «Bezos wrote in an Instagram post. “Climate change is the biggest threat to our planet. I want to work alongside others both to amplify known ways and to explore new ways of **fighting the**

devastating impact of climate change on this planet we all share,” the Amazon CEO said in a statement» (The Observer, 08.05.2024). Ещё один пример использования метафоры был обнаружен в заголовке статьи «*Tropical Storm Milton expected to **wallop** Florida days after Helene*» (The Daily Telegraph, 05.10.2024). Дословно, *wallop* имеет значение сильного удара рукой, или кулаком. В данном контексте это слово применяется для описания воздействия тропического шторма. На основе такого метафорического сравнения строится модель «NATURAL FORCE IS AN AGGRESSIVE AGENT» («ПРИРОДНЫЕ ЯВЛЕНИЯ — ЭТО ВРАГИ») – она предполагает, что такой природный феномен, как шторм, является враждебной силой, способной навредить людям; она создаёт чувство угрозы. И далее в самом тексте статьи утверждается обозначенная метафора через последующие сравнения урагана с разрушительной силой, могущественной сущностью, что заставляет читателя ощутить приближение опасности и необходимость принять безотлагательные меры по своей защите. Например, потенциальная угроза разрушений передаётся в следующих строчках: «“...a hurricane on Monday, is expected to bring **surge** and **high winds** to the recovering west coast and **serious flood risks** to south and central Florida”; “There is increasing confidence that **a powerful hurricane** with **life-threatening hazards** will be affecting portions of the Florida west coast around the middle of this week”» (The Guardian, 05.10.2024).

В статье под заголовком «The Hague becomes world’s first city to pass law banning fossil fuel-related ads» используется метафорическая модель «CLIMATE CHANGE IS A DISEASE» («ИЗМЕНЕНИЕ КЛИМАТА – ЭТО БОЛЕЗНЬ»): «“The Hague has become the first city in the world to pass a law banning advertisements promoting fossil fuel products and **climate-busting services**.” “It is the first time a city has banned **high-carbon advertising** through local legislation.”» [см. там же] – выделенные выражения, относящиеся к рекламе услуг, результат которых приводит к *разрушению климата*, а также, *рекламированию топлива, техники или транспортных средств*,

производящих высокие проценты выбросов углерода в атмосферу, подчеркивают то, что подобные действия приносят вред состоянию климата, который впоследствии необходимо «лечить», словно климат «заболевает» от производимых выбросов. Подобные метафоры оказывают значительное влияние на наше восприятие климатических изменений на нашей планете, а также, роль рекламы в формировании ценностной системы.

Метафоры войны используются для концептуализации близкой угрозы человечеству и предназначены для оказания воздействия в плане побуждения к незамедлительным действиям, направленным на борьбу с изменениями климата. В следующем примере используется метафорическая модель «CLIMATE CHANGE IS A BOMB» («ИЗМЕНЕНИЯ КЛИМАТА — ЭТО БОМБА»): «He said: “The climate time-bomb is ticking. But today’s report is a how-to guide to defuse the climate time-bomb. It is a survival guide for humanity. As it shows, the 1.5C limit is achievable.” John Kerry, the US special presidential envoy for climate» (The Guardian, 20.03.2023). Метафора уподобляющая климатические изменения со взрывным устройством, которое неизбежно сработает по истечении времени, призвана оказать яркий прагматический эффект, заставить адресата осознать близкую опасность и побудить его к немедленным действиям.

Журналист британской газеты *the Guardian*, Джордж Монбио поднимает острые вопросы на тему климатического кризиса в статье от 8 августа 2024, в которой так же просматриваются метафорические модели, направленные на побуждение к эмоциональному отклику и пробуждению чувства ответственности и мотивации к действию со стороны читателя. Так, метафора «ENVIRONMENTAL CRISIS IS A PREDICAMENT» заставляет читателя взглянуть на нынешнюю ситуацию как на непростую и даже опасную, избежать которую не представляется возможным: «We face **the greatest predicament humankind has confronted**: the erosion and possible collapse of our life-support systems» (The Guardian, 07.10.2019). Метафорическое сравнение предполагает, что изменение климата – это не

просто проблема, но серьёзный вызов, требующий существенных изменений в осознании имеющейся проблемы и соответствующей ответной реакции. Усиливает такое эмоциональное влияние глагол ‘confronted’ – метафора противостояния, или противоборства, делает акцент на то, что человечество столкнулось как бы с могущественным противником, и это сила, которую нельзя игнорировать, но которой нужно активно заняться, чтобы отстоять своё право на жизнь на планете. В этой же статье автор использует следующую метафору: *we are massively outgunned* – что открывает метафорическую модель – «COMMUNICATION IS WARFARE» («КОММУНИКАЦИЯ — ЭТО ОРУЖИЕ»). Данная метафора соотносит конкуренцию за общественное мнение с войной, оружием, подчёркивая преобладающие ресурсы в этой борьбе у противостоящих сил, таких как топливная промышленность, в сравнении с выступающими за изменения отношения к окружающей среде: «The first reason is that we are massively **outgunned**. For every pound or dollar spent on persuasion by an environmental charity or newspaper, the oil, chemicals, automotive, livestock and mining sectors will spend a thousand» [см. там же]. Такое сравнение может быть ассоциировано с библейской историей про Давида и Голиафа – где в лице первого мы видим малые предприятия, представляющие собой благотворительные организации по защите экологии, а в лице второго выступают влиятельные промышленные секторы, кажущиеся непреодолимым противником. Такая модель хорошо иллюстрирует неравенство сил и ресурсов, доступных каждой стороне. И это не может не затронуть читателей, пробудив чувство несправедливости и желание примкнуть к противоборствующему «меньшинству», чтобы стать «большинством» в той же борьбе за «счастливую и здоровую жизнь» планеты.

В текстах левой газеты *The Guardian* метафорические нарративы экологической безопасности содержат идеологемы, акцентирующие неравенство людей в контексте усугубления климатических проблем. В

следующем тексте – «While Mohamad and thousands of other mainly foreign **workers swelter** in the open, the Gulf's vast hydrocarbon wealth has allowed its **better-off residents** to **luxuriate** in western-style cities that defy the inhospitable desert» (The Guardian 21.06.2024) В нарративе используется сразу несколько метафорических моделей, подчеркивающих резкий контраст между тем, как живут люди разных социальных групп в одном из регионов Персидского залива, акцентирующие экономическое неравенство, усугублённое изменениями климата. Таким образом, выделяется метафорическая модель «CLIMATE CHANGE IS A DIVIDING FORCE» («ИЗМЕНЕНИЕ КЛИМАТА – ЭТО РАЗЪЕДИНЯЮЩАЯ СИЛА»), противопоставляющая две группы жителей региона – обычных работников, которые «изнемогают от зноя» (*workers swelter*) и более состоятельных резидентов, «блаженствующих» (*luxuriate*) в обустроенных городах западного образца, которые «игнорируют» законы негостеприимной пустыни. Такая метафора имплицитно, что возможность адаптации к экстремальной жаре зачастую зависит от благосостояния и привилегий, которые позволяют бросить вызов климату. Отсюда можно вывести и следующую метафорическую модель – «WEALTH IS A SHIELD AGAINST CLIMATE CHANGE» («БОГАТСТВО – ЭТО ЩИТ, ЗАЩИЩАЮЩИЙ ОТ ВРАГА»), в качестве врага концептуализируются аномально высокие температуры, вызванные глобальным потеплением. Другими словами, богатство обеспечивает доступ к ресурсам и технологиям, которые помогают смягчить последствия изменения климата, а те, кто не имеет необходимого достатка, остаются уязвимыми к окружающим условиям.

В британской газете *The Daily Telegraph* опубликована статья, в которой американская компания Target предлагает *climate change chicken* (что можно интерпретировать как «курица, меняющая климат»), как гласит заголовок статьи «*Target offering climate change chicken*» (The Daily Telegraph, 07.09.2023). Такая метафора притягивает внимание читателя, вобрав в себя смысл, что он (читатель) покупает не просто мясо курицы, но

продукт, определённо влияющий на проблему изменения климата, а значит, покупатель напрямую активно участвует в решении экологического вопроса. Здесь продукт – мясо курицы – «чудо-лекарство» для планеты или же «экологическое решение» нависшей проблемы – это приводит нас к следующей метафорической модели, «GREEN CONSUMPTION IS A SOLUTION TO CLIMATE CHANGE». А далее, выявляется – «CLIMATE CHANGE IS A WASTE PROBLEM»: «According to Do Good Foods, Do Good Chicken has **diverted** 35 million pounds of surplus food **from going to waste** by feeding it to chickens. They **have saved** more than 4,500 metric **tons of greenhouse gases from entering the atmosphere**, is equivalent to avoiding more than five million pounds of coal from being burned, according the EPA» [см. там же]. Автор представленного текста делает заключение о том, что климатические изменения являются результатом продовольственных отходов, во фразе – *‘divert... food from going to landfill’* и *‘saved... tons of greenhouse gases from entering the atmosphere’*. Другими словами, климатическая проблема возникла вследствие нерационального пользования ресурсами, и предполагается, что при сокращении количества пищевых отходов, удастся смягчить их воздействие на окружающую среду и вести борьбу с изменениями климата с бóльшим успехом.

В следующей новостной статье под заголовком «Learning to live with 50C temperatures», говорится о растущей температуре в Арабских странах Персидского залива и о том, как правительства заботятся об обеспечении необходимой техникой и продукцией питания для «выживания» народа на этих территориях в условиях аномальной жары. Совершенно очевидно, что автор статьи не обошёлся без одушевления регионов, представления их как живого организма, который может страдать, справляться с трудностями, «THE GULF IS A MICROCOSM»: *The Gulf is one of many regions learning how to live with extreme heat*. «Учиться жить при экстремально высоких температурах» – обозначение не совсем того, что эта аномалия временная, а скорее уже постоянные условия, которые требуют адаптации. Другими

словами, такая модель меняет нашу точку зрения в отношении изменения климата, сдвигая её с убеждения, что это временная угроза, которая может случаться время от времени, на восприятие её как кардинально изменившуюся среду обитания, которую придётся постоянно регулировать. Более того, адаптация к экстремальной жаре – не совсем про выживание, а про поиски новых способов жизни, которые будут устойчивыми и процветающими в новой климатической реальности.

Таким образом, медийные нарративы экологической безопасности, формирующие осведомленность общества об экзистенциальных угрозах и определяющие эмоционально-оценочный фон их восприятия, используют повторяющиеся стереотипные метафорические модели, образующие семантические оппозиции. Трансформация ценности безопасности, вызванная расширением представлений о среде обитания человека, приводит к изменению ценностной картины мира современного общества. Осмысление среды обитания как дома приводит к осознанию общей угрозы и формирует необходимость коллективных действий для ее устранения или минимизации.

Анализ интерпретирующего потенциала синтаксических конструкций показывает, что тип конструкции актуализирует определенные идеологические ассоциативные признаки, расширяющие смысловой объем высказывания. Метафорические идеологемы, воплощенные в медийных нарративах экологической безопасности, позволяют размыть ответственность за сохранение окружающей среды. Критический анализ дискурса обнаруживает, что медийные нарративы транслируют идею о том, что изменение климата усугубляет социальное неравенство.

3.4. Коммуникативные стратегии репрезентации ценности «экологическая безопасность» в британском медийном дискурсе

Медиатизация концепта опирается на коммуникативные стратегии, которые направлены на организацию взаимодействия с целевой аудиторией и оказание на нее воздействия. По определению В.И. Карасика,

коммуникативные стратегии медиадискурса представляют собой структурированное уточнение цели этого типа общения [Карасик, 2015, с. 207]. Стратегии массово-информационного дискурса сводятся к привлечению и поддержанию внимания аудитории, адаптивного информирования и оказания воздействия на систему ценностей публики (там же).

Медийный дискурс тесно переплетается с различными видами общения, интерпретируя, трансформируя и оценивая различные феномены, формируемые в границах других дискурсов. На стыке медийной коммуникации и политики возникает медиаполитический дискурс, медийной коммуникации и медицины – медийный медицинский дискурс и т.д. Выделяемый в последнее время на основании тематического (объектного) критерия экологический дискурс, представленный рядом жанров, имеет и медийное измерение.

Экологический дискурс, по мнению Ф.Л. Косицкой, имеет главной целью изменение отношения человечества к природе и окружающей среде. Как отмечают исследователи, его аксиологическая сторона охватывает ценности общечеловеческие и общенациональные – понимание уникальности и красоты нашей планеты, осознание нужды в ее защите и неприкосновенности. Экологический дискурс тесно связан с экзистенциальными ценностями, поскольку благополучие планеты есть неременное условие выживания человека, ценности экологического дискурса тесно связаны с расширением сознания человека и осознанием планеты как общего дома.

Репрезентация концепта в медийной коммуникации полагается на определенные коммуникативные стратегии, репертуар которых обусловлен природой медийной коммуникации, призванной информировать широкую общественность через привлечение и удержание внимания адресата и оказания на него воздействия.

В экологическом дискурсе Ф.Л. Косицкая выделяет следующие основные стратегии реализации коммуникативных задач – «информационная, директивная, агитационная, объясняющая, оценивающая» [Косицкая, 2017, с. 45]. Таким образом, можно констатировать, что информационная (информативная) функция совпадает у экологического и медиадискурса, т.к. в медиадискурсе она является системообразующей. Представляется, что объясняющая функция является частью информационной и может рассматриваться как одна из ее тактик наряду с тактикой негативного прогнозирования, экземплификации и аргументации. Директивная, агитационная и оценивающая функции могут быть объединены в рамках воздействующей функции, которая реализуется с помощью регулятивной и оценивающей стратегий. Основной целью медиадискурса является построение медиакартины мира, которая, по определению Т. Г. Добросклонской, формируется и предлагается аудитории через медиатексты и – шире – медиадискурс; является результатом деятельности человека по сбору, интерпретации и оценке информации об окружающем мире; представляет собой виртуальную реальность, которая отражает, интерпретирует, иногда симулирует и во многих случаях замещает собой объективную действительность [Добросклонская, Ломакин, 2023, с.69].

Важная роль в конструировании медиакартины мира отводится стратегиям, которые регулируют восприятие феноменов, получающих интерпретацию в медиадискурсе, воздействуют на формирование отношений между отправителями и получателями медиасообщений и отражают социально-идеологические и социокультурные аспекты их взаимодействия.

Далее с опорой на маркеры иллюзий и их количественные показатели, а также интерпретативные методы мы рассмотрим стратегии дискурсивной репрезентации ценности «экологическая безопасность».

Информирующая стратегия, реализующая основную функцию медийного дискурса, включает сведения, которые адресант хочет донести до

адресата с целью изменения его образа мыслей и формирования осведомленности о предмете речи. Передача информации, понимаемой как совокупность сведений об окружающем мире, использует тактики разъяснения, аргументации и экземплификации.

К маркерам информативной стратегии относятся глаголы речи такие, как *say, tell, speak, state, note*, частота использования которых в корпусе качественной прессы составляет 1 904 (10 260,61) и 1 779 (8 974,24) в текстах популярной прессы, что свидетельствует о примерно равной представленности информативной составляющей дискурсивной практики.

Тактики экземплификации приводят конкретные примеры влияния изменений климата на различные виды деятельности человека. Так, следующий текст сообщает об увеличении стоимости аренды ульев для опыления миндаля в Калифорнии, что неизбежно вызовет рост стоимости орехов:

«Beeflow did initial tests with their formula in February 2019 at a major California Central Valley almond farm, where farmers were struggling to get enough bees to pollinate their nuts. Yeah, I know that sounds awkward, but almond farmers rent roughly between two and two-and-a-half beehives per acre during pollination season. Because of the diminishing bee population, the cost to do so has soared from \$50 per beehive to around \$230» (The Observer, 05.10.2019).

Текст эксплицитно не сообщает об угрозе повышения цен на миндаль, предлагая читателю самому установить причинно-следственную связь между инфляцией и глобальным потеплением.

Тактика негативного прогнозирования конструирует сценарии развития событий вследствие климатических изменений, стратегия дискредитации направлена на осуждение политиков, большого бизнеса в создании угроз экологии.

Анализ контекстов показывает, что в качественной прессе доминирующим маркером данной тактики является глагол *will*:

«Climate change **will** make food less available and more expensive, along with healthcare, insurance and property costs. Public budgets **will** be stretched as spending increases on disaster relief, leaving less for social welfare programs. Outdoor workers **will** lose income as hours are curtailed by more dangerously hot days» (The Independent, 10.11.2021).

Текст репрезентирует угрозы, которые возникнут вследствие изменения климата: «Economic models have systematically underestimated how global heating will affect people's wealth, according to a new study that finds 4C warming will make the average person 40% poorer – an almost four-fold increase on some estimates» (The Guardian, 01.04.2025).

Тактика объяснения, нацеленная на доведение до сведения адресата причин, вызывающих неблагоприятные для окружающей среды явления, например:

«Sudden torrential downpours do not resolve water shortages, she adds. Catalonia had unusually heavy rains in 2020, followed by four years of drought. “The truth is that these types of rains cause damage and misfortune,” she says, “but most of the water just ends up in the sea because the parched land can’t absorb it when so much falls all at once.”» (The Daily Mail, 31.12. 2022).

В следующем текстовом фрагменте дается разъяснение значений повышения температуры, которые часто приводятся в различных высказываниях и публикациях, касающихся изменений климата:

«...this latest report is that it shows a really quite modest increase, half of which has already happened. They are talking one to two and a half degrees. Paterson seems to miss the fact that these temperature rises are averages across the entire planet and will not be spread evenly, so a rise of 1-2.5C is not "modest". Some regions, such as the Arctic, will experience much more extreme rises» (The Independent, 01.10.2013).

Текст поясняет, что приводимые цифры касаются среднего повышения температуры на планете, а в некоторых регионах, например, в Арктике, эти

цифры могут быть значительно выше, что имплицитно подразумевает высокую вероятность наводнений.

Оценивающая стратегия, тесно связанная с эмотивной функцией языка, интенсивно используется при описании последствий изменений климата, создавая у получателей сообщения ощущение тревожности.

Например:

«Clearly, the expansion of severe-dangerous regions in the future is significant under the RCP8.5 scenario. In addition, the area coverage of semi-secure and secure regions will decrease after 2005 under the RCP8.5 scenario» (The Independent, 05.01.2024).

«Texas and Oklahoma slammed by severe weather and tornadoes leaving five dead and 80 injured '**Golf ball sized hail**' and winds of up to 60mph battered some southern states with soaring temperatures threatening to unleash a deluge of wildfires on some areas» (The Daily Mirror, 26.05.2024).

В текстах качественной прессы оценочная лексика используется в 210 из 210 текстов, относительная частота употребления составляет 15 198 (81 901,66) на миллион слов. В тоже время в текстах популярной прессы оценочная лексика употребляется в 262 из 262 текстов, с частотой 14 918 (75 254,50), что свидетельствует о важности оценочной составляющей концепта.

В следующем тексте интенсификация оценки происходит за счет капитализации числительного, обозначающего степень ухудшения экологической обстановки вследствие повышения температуры из-за глобального потепления, и оценочного прилагательного *catastrophic*: «Global warming will be TWICE as bad as predicted: Earth is on track for 'catastrophic' 3.1°C of warming this century, the UN warns» (Daily Mirror, 24.10.2024).

Оценочная стратегия используется для характеристики негативных сценариев развития событий: «Brozović. Some say today's challenges are so great that it is now time humanity comes to terms with extinction, <...>. Others, using data on deforestation and population, rate the chance of catastrophic collapse

at 90% or more. Most scholars are more optimistic, if not actually optimists. Brozović says: “They say collapse for us will just be the end of life as we know it today. There will be less globalisation and a lower standard of life, affecting public health very negatively.”» (The Guardian, 28.12.2024); а также отрицательной характеристики уже произошедших событий: «Sidebottom from the National Christmas Tree Association said that warmer temperatures can affect needle retention on Christmas trees, as they require cold temperatures to remain dormant. With warmer autumns, trees struggle to hold their needles longer. “Those trees have to have cold temperatures,” she said. Hurricane Helene in September caused catastrophic flooding and historic rainfall in North Carolina, leading to approximately \$125m in losses of ornamental nurseries and Christmas trees, the report states. In attempt to adapt to the increasing challenges posed by climate change, researchers across the country have been studying fraser firs and other varieties of Christmas» (The Guardian, 25.12.2024). Текст сообщает о влиянии изменений температуры на устойчивость иголок на рождественской ели.

В следующем тексте сообщается о сокращении снежного покрова в юго-западных и северо-восточных штатах, что негативно сказывается на экономике регионов: «Human-driven climate change is shrinking snowpack in US with devastating consequences, study says. Thanks to a new study, we are ‘virtually certain’ human-driven climate change is decreasing snowpack in the southwest and northeast US» (The Independent, 13.01.2024).

Особого внимания заслуживает использование интенсификаторов, выражающих степень проявления признака, призванных передать эмоциональное состояние говорящего и оказать эмоциональное воздействие на получателя сообщения. Известно, что интенсификаторы английского языка делятся на три группы:

интенсификаторы, передающие максимальную степень проявления признака (maximisers): *totally, mostly, fully, completely, drastically, largely, absolutely*;

интенсификаторы, акцентирующие степень проявления признака (boosters): *really, very, indeed, particularly*;

интенсификаторы, выражающие приблизительную степень выражения признака (approximators): *about, nearly, almost, fairly*;

Антиномичную группу составляют лексемы, выражающие умеренность (compromisers), некоторое преуменьшение (diminishers) и минимальную степень выражения признака (minimisers).

Использование интенсификаторов таких, как *totally, mostly, fully, completely, drastically, largely, absolutely, primarily, overwhelmingly, entirely* и др., обозначающих максимальную степень выражения признака, в текстах популярной прессы составляет 3 087,26 в 203 из 262 текстов, в текстах качественной прессы интенсификаторы присутствуют в 172 из 210 текстов, число их употреблений составляет 3 044,77 на миллион слов. Эти данные свидетельствуют о расширенной оценочной составляющей концепта «экологическая безопасность» в медиадискурсе, отражающего формирование осознания угрозы в общественном сознании. Лексемы, выражающие максимальную степень проявления признака, используются в сочетании с другими языковыми средствами, акцентирующими риски и угрозы. Например: «... of very wet periods, leading to river and flash floods, and sea level rise, increasing the risk of coastal flooding. Four of the five wettest years in the UK since records began in 1910 have occurred since 2000, and preliminary research by the Met Office indicates that the number of extremely wet days is increasing» (The Daily Mail, 04.01.2013). Текст использует лексические единицы *wet, wettest, flood, flooding*, включающие превосходную степень прилагательного, наречие-интенсификатор *extremely*, для формирования осознания угрозы и усиления прагматического воздействия на адресата [Демкина, 2023].

Бустеры *really, very, indeed, particularly* встречаются в качественной прессе в 209 из 210 текстов, частота употребления составляет 13 968,23, в популярной прессе 10 371,58 в 255 из 262 текстов. Гораздо меньшую долю

занимают интенсификаторы, обозначающие незначительное проявление признака или его приуменьшение.

Таблица 4. Использование наречий интенсификаторов в медийных нарративах экологической безопасности

<i>наречия</i>	<i>Качественная пресса</i>		<i>Популярная пресса</i>	
Лексемы, выражающие максимальную степень проявления признака: extremely, most, fully, entirely, largely, completely, absolutely	565	3 044,77	612	3 087,26
Бустеры: really, more, very, much, so, highly, strongly	2 592	13 968,23	2 056	10 371,58
Апроксиматоры, выражающие примерную оценку выражения признака: almost, nearly, fairly, about	372	2 004,70	307	1 548,67
Лексемы, передающие умеренность выражения признака: pretty, quite	93	501,17	117	590,21
Лексемы, выражающие некоторое преуменьшение признака less, somewhat, under, slightly, a little, simply	88	474,23	117	590,21
Лексемы, передающие минимальную степень (minimisers) выражения признака: hardly, barely, at least, at all	115	619,73	77	388,43

Оценивающая стратегия использует **тактики дискредитации**, направленные на формирование негативных образов «большого бизнеса», который часто обвиняют в ухудшении экологической обстановки. Традиционно за «оставление углеродного следа» критиковались энергетические компании, однако в последнее время к числу компаний, оказывающих негативное влияние на природу и способствующих изменению климата, причисляются фермерские хозяйства, занимающиеся разведением скота и компании, специализирующиеся на производстве продуктов питания.

Текст направлен на дискредитацию большого бизнеса, который не заинтересован в установлении зависимости между глобальным потеплением и разведением крупного рогатого скота. Адресант использует **тактику «снятия масок»**, например: «This story, wrapped in romantic cottagecore, is

now the most active and seductive frontier of climate-science denial. It is heavily promoted by the meat industry, which is as ruthless and machiavellian as the fossil fuel industry. It sows confusion among people desperately seeking to do the right thing in an age of misinformation» (The Guardian, 07.05.2025).

Текст вскрывает манипулятивную природу идиллических образов сельской местности с гуляющими по лугам коровами, вводящих в заблуждение широкую общественность и заставляющую ее думать, что изменения климата не связаны с животными. В тексте такие стратегии получают негативную оценочную квалификацию, сравниваясь с манипуляциями производителей угля и характеризуясь как *ruthless* и *machiavellian*.

В тексте используется **тактика обвинения**, утверждается, что большой бизнес манипулирует научными данными, оплачивая исследования, которые проводятся некорректно и получают нужные для заказчика результаты: «FAI Farms in Oxfordshire, and found the staff sincere and well-meaning. Their “study” was funded by McDonald’s, “to support McDonald’s belief that well-managed beef production has an important role to play in a thriving global ecosystem”» (The Guardian, 07.05.2025).

Тактики обвинения направлены на представителей культуры, которые получают финансирование от крупных нефтяных компаний таких как *British Petroleum*:

«As recently as August, the British Museum’s trustees defended their continual relationship with BP in the face of protest from climate activists. However, for years, institutions such as the Field Museum in Chicago, London’s Science Museum and the Phipps Conservatory and Botanical Gardens in Pittsburgh have been divesting from and severing ties with oil money» (The Observer, 12.11.2019).

«But several recent films, alongside celebrities, politicians, billionaires and far-right podcasts, seek to persuade us that cattle and sheep are good for the atmosphere and the living planet». (The Observer, 12.11.2019).

Регулятивная стратегия реализует воздействующую функцию медийного дискурса и направлена на изменение ценностной картины мира адресата и побуждение его к действию. Регулятивная стратегия реализуется тактиками предупреждения, рекомендации и совета. Маркером **тактики предупреждения** выступает глагол *warn*. В текстах качественной прессы его частота составляет 130 (700,57) в 69 из 210 текстов, например:

«Last year, Dr Harrington co-wrote a research commentary **warning** that heat extremes in sub-Saharan Africa are chronically under-reported. The world's largest emergency events database has made note of just two heatwaves in sub-Saharan Africa since the beginning of the 20th century, the commentary said» (The Independent, 09.09.2021).

В текстах популярной прессы частота глагола значительно больше и составляет 400 (2 017,82) в 104 из 262 текстов, например: «It comes as some experts are warning malaria cases will become more common in parts of the world previously unaffected due to climate change, as temperatures rise. To lower your risk of contracting malaria the NHS recommends getting advice from a GP, nurse, pharmacist or travel clinic before you go to a country where malaria is common.»» (The Guardian, 26.06.2021).

Маркером **тактики рекомендации** выступает глагол *recommend*. В текстах качественной прессы он используется в 13 текстах, частотность составляет 19 (102,39). В текстах популярной прессы тактика встречается в 17 текстах из 262, частота употребления глагола составляет 23 (116,02). Например: «The study recommends only allowing scrap exports to countries “that can demonstrate their ability to treat waste sustainably”; incentivising keeping scrap metal in Britain “by reducing price support offered to scrap exports”; and taking measures to improve the quality of scrap metal» (The Daily Mirror, 04.12.2023).

Анализ показал, что в текстах качественной прессы частота употребления модального глагола *will* составляет 607 (3 271,11) в 168 из 210

текстов; в текстах популярной прессы частота использования данного глагола составляет 893 (4 504,78) в 207 из 262 текстов.

Маркером **тактики совета** выступает глагол *advise*, который используется в 25 из 262 текстов популярной прессы, частота употребления составляет 44 (221,96); а также в 25 из 210 текстов качественной прессы, частота употребления составляет 44 (221,96). Например:

«Within a fortnight, the authorities had reconnected the tap water of 90% of the 850,000 people in affected areas, but all were advised to boil it before drinking it or to use bottled water. Across the region, 100 sewage treatment plants were damaged; in some areas, human waste seeped into flood waters, dead animals were swept into rivers and sodden rubbish and debris piled up» (The Guardian, 23.11.2024).

В текстах популярной прессы тактика совета реализуется с помощью глагола *will*:

«They **will** only need to install a heat pump if they are replacing their boiler anyway, and even then only from 2035. We **will** increase cash grants from £5,000 to £7,500 to support people who want to make the change now. And we **will** exempt a fifth of all households where making this change simply isn't practical or affordable. We **will** also scrap energy efficiency rules that would have cost a family living in a semi-detached house around £8,000. We **will** continue to subsidise programmes to help families improve their energy» (The Daily Mail, 15.10.2021).

Тактика предложения опирается на использование модальных средств, акцентирующих необходимость немедленных действий, например:

«Developed countries, and oil producers, **will** not be forced to move as fast as science urges. Money is also needed to provide clean energy, prepare vulnerable communities for escalating climate impacts and for recovery after disasters. The deal's text acknowledges that trillions of dollars of investment **will** be needed but fails to provide specifics on what will be available and when» (Daily Mirror, 13.12.2023).

Исследование показало, что в британском медиадискурсе зафиксировано три стратегии, используемых в процессе медиатизации ценности экологической безопасности, соответствующие функциям медийного дискурса: информирующая, оценивающая и регулятивная, — каждая из которых раскрывает соответствующую составляющую концептуальной структуры.

Выводы к главе 3

Специфика медиатизации экологической безопасности выявлялась на основе применения корпусного метода анализа коллокаций, метода семантических полей, выделяемых в семантически размеченном корпусе, позволяющих реконструировать дискурсивный тезаурус, определить его содержательную специфику и тематическое своеобразие, выявить черты его системной организации, проанализировать метафорические модели, репрезентирующие ценность экологической безопасности, выявить коммуникативные стратегии медийного нарратива.

Анализ коллокаций, репрезентирующих основные понятийные признаки концепта, позволил выявить его содержательную специфику в разных видах британской прессы.

Выявлены семантические поля, репрезентирующие исследуемый концепт в качественной и популярной британской прессе. Показано, что в медийных нарративах британских СМИ ЭБ тесно ассоциируется с изменением климата и глобальным потеплением. Выявлено, что в нарративах обоих типов СМИ доминируют темы: 1) окружающая среда; 2) наука; 3) политика. Сравнительный анализ показал преобладание в качественных СМИ семантического поля «Наука», что указывает на рационально-логические стратегии воздействия на широкую читательскую аудиторию. В текстах популярных СМИ доминирует лексика семантического поля «Политика», что свидетельствует о политизированности дискурса экологической безопасности и использовании стратегии эмоционального

воздействия на адресата. Оба корпуса акцентируют проблемы изменения климата, связанные с неблагоприятными погодными условиями и экстремально высокими температурами, вместе с тем тексты качественной прессы упоминают температурные аномалии гораздо чаще, что говорит о стремлении вызвать обеспокоенность широкой общественности существующей угрозой и побудить к принятию необходимых мер.

Нарративы экологической безопасности, определяющие эмоционально-оценочный фон ее восприятия, используют повторяющиеся стереотипные метафорические модели, образующие семантические оппозиции. Интерпретирующий потенциал синтаксических конструкций актуализирует идеологические ассоциативные признаки, расширяющие смысловой объем высказывания. Метафорические идеологемы, воплощенные в медийных нарративах экологической безопасности, позволяют размыть ответственность за сохранение окружающей среды. Критический анализ дискурса обнаруживает, что медийные нарративы транслируют идею о том, что изменение климата усугубляет социальное неравенство.

Коммуникативные стратегии медийного нарратива сводятся к информированию, объяснению, оцениванию, что сопряжено в целом с целями медийного дискурса, а также и регулятивной стратегии, направленной на воздействие на ценностные ориентиры и поведение членов дискурсивного сообщества.

Таким образом, методами корпусной лингвистики устанавливается дискурсивная специфика содержательных, оценочных и коммуникативных характеристик медиарепрезентации ЭБ в различных сегментах СМИ, таких как популярные и качественные издания.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ценностная картина мира как часть языковой картины мира получает воплощение в медийном дискурсе, который преобразует фрагменты окружающей действительности в медиаобразы, имеющие ценностное измерение.

Медийный дискурс интерпретирует термины, понятия, концепты, сформированные в рамках других дискурсов и транслирует их широкому дискурсивному сообществу, формируя ценностное отношение к концептуальным образованиям, которые в результате медиатизации прирастают дополнительными понятийными, образными и аксиологическими характеристиками.

Интерпретация концептуальных медиаобразований имеет социокультурную специфику, поскольку она зависит от типа СМИ, определяющего идеологическую окраску интерпретации, соответствующую ценностным установкам адресата издания.

Разработанные в научной литературе методики исследования концепта могут быть дополнены корпусными методами, позволяющими объективно установить средства дискурсивной объективации ценности, определить номинативную плотность репрезентирующих ее единиц и выявить имплицитные ценностные смыслы, имеющие надтекстовый характер.

Безопасность как базовая ценность в современном, динамично изменяющемся мире, характеризующемся глобализацией, техническим прогрессом и возрастающей взаимозависимостью различных аспектов жизнедеятельности человека, приобретает особую актуальность. В современных условиях концепт «безопасность» распадается на множество видов, поскольку данная ценность значима во всех сферах жизни общества, и ее роль остро ощущается в случае возникновения угрозы и/или нарушения стабильности. Так, представления о планете как общем доме, активно

обсуждаемые в СМИ, способствовали формированию концепта «экологическая безопасность».

Специфика медиатизации экологической безопасности выявлялась на основе применения корпусных методов, к числу которых относятся метод анализа коллокаций, метод семантических полей, выделяемых в семантически размеченном корпусе. Указанные методы позволили реконструировать тезаурус медийной дискурсивной практики, определить его содержательную специфику и тематическое своеобразие, выявить черты его системной организации, установить метафорические модели, репрезентирующие ценность экологической безопасности, выявить коммуникативные стратегии медийного нарратива.

Основываясь на анализе семантических признаков лексем, установлена содержательная составляющая концепта «экологическая безопасность» включающая концептуализацию угроз, рисков, причин и источников угроз; наступление негативных последствий; необходимость действий, направленных на борьбу с угрозами и минимизацию рисков; наличие субъектов действий, направленных на обеспечение безопасности; указание на объекты, безопасность которых требуется обеспечить.

Анализ лексем и образованных ими коллокаций, репрезентирующих основные понятийные признаки концепта, позволил выявить его социокультурную содержательную специфику в разных видах британской прессы. Показано, что в медийных нарративах британских СМИ ценность ЭБ тесно ассоциируется с изменением климата и глобальным потеплением, при этом частота коллокации *global warming* доминирует в качественных видах СМИ. Дискурсивные практики качественных СМИ чаще обращаются к коллокациям, образованным лексемой *green*.

Корпусными методами выявлены семантические поля, репрезентирующие исследуемый концепт в качественной и популярной британской прессе. Сравнительный анализ показал преобладание в качественных СМИ семантического поля «Наука», что указывает на

рационально-логические стратегии воздействия на широкую читательскую аудиторию. В текстах популярных СМИ доминирует лексика семантического поля «Политика», что свидетельствует о политизированности дискурса экологической безопасности и использовании стратегии эмоционального воздействия на адресата. Оба корпуса акцентируют проблемы изменения климата, связанные с неблагоприятными погодными условиями и экстремально высокими температурами, вместе с тем тексты качественной прессы упоминают температурные аномалии гораздо чаще, что говорит о стремлении вызвать обеспокоенность широкой общественности существующей угрозой и побудить к принятию необходимых мер.

Исследование показало, что в нарративах экологической безопасности используются, образующие семантические оппозиции, рекуррентные стереотипные метафорические модели, позволяющие увеличить смысловой объем высказывания за счет вовлечения интерпретирующего потенциала синтаксических конструкций, актуализирующего идеологические ассоциативные признаки. Метафорические идеологемы, воплощенные в медийных нарративах экологической безопасности, позволяют размыть ответственность за сохранение окружающей среды. Критический анализ дискурса обнаруживает, что медийные нарративы транслируют идею о том, что изменение климата усугубляет социальное неравенство.

Коммуникативные стратегии медийного нарратива сводятся к информативной, оценивающей, регулятивной, что сопряжено в целом с целями медийного дискурса – информированием и воздействием. Информированная стратегия реализуется тактиками объяснения, экзemplификации и негативного прогнозирования. Оценочная стратегия использует тактики «навешивания ярлыков», обвинения и дискредитации, направленной на большой бизнес, который несет ответственность за будущее планеты.

Регулятивная стратегия, направленная на воздействие на ценностные ориентиры и поведение членов дискурсивного сообщества, реализуется тактиками предупреждения, совета, рекомендации, призыва, предложения.

Таким образом, методами корпусной лингвистики устанавливается дискурсивная специфика содержательных, оценочных и коммуникативных характеристик медиарепрезентации ЭБ в различных сегментах СМИ, таких как популярные и качественные издания.

К перспективам исследования можно отнести кросс-культурное изучение ценности, а также исследование динамических аспектов ее репрезентации в средствах массовой информации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алексеева, А.В. «Картина мира» и «языковая картина мира»: к вопросу понятий [Текст] / А.В. Алексеева // Проблемы изучения и преподавания русского языка в Российской Федерации и за рубежом. – Стерлитамак: Издательство Стерлитамакского филиала Башкирского государственного университета, 2018. – С. 110-115.
2. Андрианова Т.В., Ракитов А.И. Современные тенденции информатизации и медиатизации общества [Текст] : науч.-аналит. обзор / Т. В. Андрианова, А. И. Ракитов. – Москва: ИНИОН, 1991. – 117 с.
3. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт [Текст] / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
4. Бабаева, Е.В. Дискурсивное измерение ценностей: прагмалингвистический аспект [Текст] / Е.В. Бабаева // Известия Самарского научного центра Российской академии наук, 2004. – № 1. – С. 109 –117.
5. Бабушкин, А.П. Концепты разных типов в лексике и фразеологии и методика их выявления [Текст] / А.П. Бабушкин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: научное издание / Под ред. И.А. Стернина. – Воронежский государственный университет, 2001. – С. 52-57.
6. Баева, И.А. Психологическая безопасность в образовании [Текст] : монография / И.А. Баева. – СПб.: Издательство «СОЮЗ», 2002. – 271 с.
7. Бажанов, В.А. Особенности познавательных механизмов в информационную эпоху: «эхо-пузыри» и «эхо-камеры» [Текст] /В.А. Бажанов // Философский журнал. — Т. 15. — № 4. — Москва: Институт философии Российской академии наук, 2022 — С. 152-164.
8. Барабанова, И.Г. Понятие картины мира: взаимодействие языковой и концептуальной картин мира [Текст] / И.Г. Барабанова // Проблемы развития современной науки. – Пермь: Издательство Сигитов Т.М., 2016. – С. 117-119.

9. Баранов, А.Н. Дескриптивная теория метафоры [Текст] : монография / А.Н. Баранов // – Москва: Языки славянской культуры, 2014. – 632 с.
10. Басинская, М. В. Исследование лексико-семантических особенностей экологического дискурса в рамках языковой экологии [Текст] / М.В. Басинская // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2014. – Вып. 20 (706). – С. 32–41.
11. Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман. – Москва: «Медиум», 1995. – 323 с.
12. Бобырева, Е.В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии (на материале православного вероучения) [Текст] / Е.В. Бобырева. – Волгоград, 2007. – 375 с.
13. Богданова, Е.А. К вопросу о типологии концептов [Текст] / Е.А. Богданова // Фундаментальная наука и технологии – перспективные разработки. – North Charleston: Lulu Press, 2012. – С. 97-100.
14. Болдырев, Н.Н. Актуальные задачи когнитивной лингвистики на современном этапе [Текст] / Н.Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – № 1(034). – Тамбов, 2013. – С. 5-13.
15. Болдырев, Н.Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии [Текст] / Н.Н. Болдырев. – Тамбов: ТГУ, 2001. – 123 с.
16. Будаев, Э.В., Чудинов, А.П. Метафора в политическом интердискурсе [Текст] : монография / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов / — Екатеринбург: Уральский Государственный Педагогический Университет, 2006. – 215 с.
17. Бялек, Э. Коллокация как единица перевода [Текст] / Э. Бялек // Cuadernos de Russistica Española. – №1. – Granada: Universidad de Granada, 2004. – С. 223-231.
18. Ваничкина, А.С. Ценностные ориентиры как основа коммуникативных стратегий англоязычного рекламного дискурса [Текст]

/А.С. Ваничкина // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2012. – № 14. – С. 17-36.

19. Вартанова, Е.Л. СМИ и журналистика в постиндустриальном обществе [Текст] / Е.Л. Вартанова // Медиаскоп, 2009. – Вып. 2 [Электр. ресурс] — URL: <http://www.mediascope.ru/node/352> (дата обращения: 01.09.2023).

20. Воейкова, А.А. Ценностные концепты русских и американских рекламных текстов и их анализ методом семантического дифференциала [Текст]/А.А. Воейкова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 35 (173). Филология и искусствоведение. – Вып. 37. – С. 27-30.

21. Войскунский, А.Е. Актуальные проблемы психологии зависимости от Интернета [Текст] / А.Е. Войскунский // Психологический журнал. – Т. 25. – № 1. – Москва, 2004. – С. 90-100.

22. Воркачев, С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт [Текст] / С.Г. Воркачев. – М.: Гнозис, 2004. – 236 с.

23. Горина, О.Г. Применение методов корпусной лингвистики для определения контекстно-специфических слов и коллокаций [Текст] / О.Г. Горина // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина, 2011. – № 3. – Т. 7. – С. 27-36.

24. Грачев, Г.В. Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита [Текст] / Г.В. Грачев. – Москва: Пер Сэ, 2003. – 304 с.

25. Гришаева, Л.И. Картина мира как проблема гуманитарных наук [Текст] / Л.И. Гришаева // Картина мира и способы ее репрезентации. – Воронеж: Издательство Воронежского государственного университета, 2003. – С. 13-38.

26. Губанова, М.И. Медиатизация реальности: теоретический аспект [Текст] / М.И. Губанова // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2021. – № 2. – Т. 2. – С. 84–91.

27. Гунькова, Д.Е. Стратегия дискредитации как доминанта дискурсивной личности американского политического радиокомментатора [Текст] / Д. Е. Гунькова // ДИСКУРС, 2020. — Т. 6. — № 6. — С. 113-125.

28. Гуреева, А.Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды [Текст] / А.Н. Гуреева // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2016. – № 6. – С. 192–208.

29. Гусейнова, И.А. Предметно-специальный глоссарий: опыт создания и перспективы использования (на материале глоссария «Экологический дискурс: 100 понятий») [Текст]/ И.А. Гусейнова // Вестник МГЛУ. – 2011. – № 624. – С. 71-79.

30. Данилова, А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации [Текст]/ А.А. Данилова. – «Добросвет», «Издательство «КДУ»», 2011. – 346 с.

31. Дайнеко, В.Г. Рост интеллектуального капитала при переходе к экономике, основанной на знаниях: политико-экономический аспект [Текст] / В.Г. Дайнеко // Журнал экономической теории, 2011. – № 4. – С. 45-58.

32. Даулетова, В.А. Вербальные средства создания автоимиджа в политическом дискурсе (на материале русской и английской биографической прозы) [Текст] : автореф. дисс. ... канд. фил. наук: 10.02.20 / В.А. Даулетова; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2004. – 22 с.

33. Дискурсивные практики современной институциональной коммуникации: коллективная монография [Текст] / под науч. ред. Л.В. Куликовой. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015. – 182 с.

34. Демкина, Я.Ю. Лингвокультурные характеристики дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США: дисс. ... канд. филол. наук: 5.9.6 / Я.Ю. Демкина; Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – Санкт-Петербург, 2023. – 180 с.

35. Дзялошинский, И.М. Современное медиапространство России [Текст]: Учеб. пособие для студентов вузов / И. М. Дзялошинский. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015. — 312 с.
36. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи [Текст] / Т.Г. Добросклонская. — Москва: Едиториал УРСС, 2010. — 288 с.
37. Добросклонская, Т.Г., Ломакин Б.Е. Медийная картина мира как объект научного описания [Текст] / Т.Г. Добросклонская, Б.Е. Ломакин // Современная коммуникативистика, 2023. — № 5 (96). — С. 63-71.
38. Дронова, Л.П. Диахроническое представление концепта: к методике анализа [Текст] /Л.П. Дронова // Вопросы когнитивной лингвистики, 2014. — № 3(40). — С. 59-64.
39. Еремина, Д. Медиааскетизм. Как перестать смотреть сериалы и начать жить [Текст] / Д. Еремина // Модный Петербург, 2015. [Электр. ресурс] — URL: <http://modny.spb.ru/articles/mediaasketizm> (дата обращения: 01.09.2015).
40. Ефремова, М.П. Концепт «SAFETY/SECURITY» в английской языковой картине мира [Текст] : автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / М.П. Ефремова; Санкт-Петербургский государственный экономический университет. — Санкт-Петербург, 2021. — 25 с.
41. Желтухина, М.Р. Масс-медиаальный дискурс и массовая культура [Текст] / М.Р. Желтухина // Научные записки Луганского национального университета. — Луганск : Изд-во ЛНПУ, 2008. — Вып. 7. — С. 145–156.
42. Зайцева, А. В. Типология текстов экологического дискурса ФРГ [Текст] : дисс. ... канд. фил. наук: 10.02.04 / А.В. Зайцева; Смоленский государственный университет. — Смоленск, 2014. — 253 с.
43. Захаров, В.П. Сочетаемость через призму корпусов [Текст] /В.П. Захаров // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. Российский государственный гуманитарный университет, 2015. — С. 667-682.

44. Зиновьева, Е.И. Понятие «концепт» в отечественном языкознании: основные подходы и направления исследования [Текст] / Е.И. Зиновьева // Вестник Санкт-Петербургского университета, 2003. – № 2. – С. 35-44.

45. Зубарева, Т.Т. Вербализация страха в современном медиадискурсе: лингвосомиотический аспект: [Текст] : дисс. ... канд. фил. наук: 5.9.8 / Зубарева, Т. Т.; Адыгейский государственный университет. – Майкоп, 2025. – 24 с.

46. Иванова, Е.В. Метафорическая концептуализация природных катастроф в экологическом дискурсе (на материале медийных текстов) [Текст] : дисс. ... канд. фил. наук: 10.02.19 / Иванова, Е. В.; Челябинский государственный университет. – Челябинск, 2007. – 24 с.

47. Изюров, А.М. Актуализация речевого субъекта в политическом дискурсе (на материале современного немецкого языка) [Текст] : автореф. дисс. ... канд. фил. наук: 10.02.04 / А. М. Изюров; Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена. — Санкт-Петербург, 2006. — 24 с.

48. Иорданская, Л.Н., Мельчук И.А. Смысл и сочетаемость в словаре [Текст] / Л.Н. Иорданская, И.А. Мельчук. – Москва: Языки славянских культур, 2007. – 672 с.

49. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] : монография / О. С. Иссерс. – 5-е изд. – Москва: ЛКИ, 2008. – 284 с.

50. Калинина, Н.В. Становление экологической прессы в системе российских СМИ на рубеже 1980-1990-х гг. [Текст]/ Н.В. Калинина // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2019. – № 86. – С. 26-30.

51. Карасик, В.И. Концепт как единица лингвокультурного кода [Текст] / В.И. Карасик // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2009. – Т. 44. – № 10. – С 4-11.

52. Карасик, В.И. Концепты-регулятивы [Текст] / В.И. Карасик // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – Москва: МАКС Пресс, 2005. – Вып. 30. – С. 95–108.

53. Карасик, В.И. Культурные доминанты в языке [Текст] / В.И. Карасик // Языковая личность: культурные концепты. – Волгоград; Архангельск, 1996. – С. 3-16.

54. Карасик, В.И. Лингвокультурная концептология как направление антропологической лингвистики [Текст] / В.И. Карасик // Лингвокультурная концептология (Серия «Концептуальные исследования». Вып. 31). – Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2025. – С. 19-156.

55. Карасик, В.И. Лингвосемиотическое моделирование ценностей [Текст] / В. И. Карасик // Политическая лингвистика. – 2012. – № 1. – С. 43-50.

56. Карасик, В.И. Маршруты лингвокультурологии: концепты, сценарии, типажи, сюжеты [Текст] / В.И. Карасик // Филологические чтения: материалы конференции. – Ярославль: Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, 2023. – С. 61-71.

57. Карасик, В.И. Ценности как культурно-значимые ориентиры поведения [Текст] / В.И. Карасик // Гуманитарные технологии в современном мире: Материалы VII Международной научно-практической конференции. – Калининград, 2019. – С. 22-25.

58. Карасик, В.И. Ценностная картина мира как объект лингвоаксиологической лингвистики [Текст] / В.И. Карасик // Языки, литературы и культуры народов России в современной академической науке. – Казань: Сб. мат-лов Международной научно-практической конференции (Международного научного форума), посвященной 85-летию создания Ин-та языка, литературы и искусства им. Г. Ибрагимова Академии наук Республики Татарстан, 2024. – С. 183-188.

59. Карасик, В.И. Языковое проявление личности [Текст] / В.И. Карасик. – Волгоград: Парадигма, 2014. – 450 с.

60. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
61. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
62. Катермина, В.В. Национально-культурная специфика образа человека: на материале русского и английского языков [Текст] : дисс. ... докт. фил. наук: 10.02.19 / В.В. Катермина; Кубанский государственный университет. – Волгоград, 2005. – 339 с.
63. Кириллова, Н.Б. Медиакultura: от модерна к постмодерну [Текст] / Н.Б. Кириллова. – М.: Акад. Проект, 2005. – 448 с.
64. Клепикова, Т.А. Диахроническая темпоралогия: к юбилею проф. Е.А. Нильсен [Текст] / Т.А. Клепикова, И.В. Кононова // Актуальные проблемы современной лингвистики. Сборник научных статей к юбилею доктора филологических наук, профессора Евгении Александровны Нильсен. Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2024. – С. 6-11.
65. Клушина, Н.И. Медиатизация современной культуры и русский национальный стиль [Текст] / Н.И. Клушина // Русская речь, 2014. – № 1. – С. 66-73.
66. Клушина, Н.И. Медиастилистика [Текст] / Н.И. Клушина. – М.: Флинта, 2018. – 184 с.
67. Клюев, Е.В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия: Учебное пособие для университетов и институтов [Текст] / Е.В. Клюев. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320с.
68. Коломиец, В. П. Медиа социология: теория и практика [Текст] : монография / В.П. Коломиец // Аналитический центр Vi. – М. : ООО «НИПКЦ Восход-А», 2014. – 328 с.
69. Кондратьева, О.Н. Стратегии медиатизации юридических концептов в российских массмедиа XXI века (на примере концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ) [Текст] / О.Н. Кондратьева, Ю.С. Игнатова // Научный диалог, 2021. – № 3. – С. 69-85.

70. Кононова, И.В. Структура и языковая репрезентация британской национальной морально-этической концептосферы: в синхронии и диахронии [Текст] : автореф. дис. ... докт. фил. наук: 10.02.04 / И.В. Кононова; Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. – Санкт-Петербург, 2010. – 38 с.

71. Кожарнович, М. П. Медиатизация медицинского дискурса: способы, атрибуты и риски [Текст]/М.П. Кожарнович//Медиалингвистика. – 2021. - № 8 (4). – С. 421–437.

72. Косицкая, Ф.Л. Французский экологический дискурс и его жанровая дифференциация [Текст] / Ф.Л. Косицкая // Вестник ТГПУ, 2017. – №10 (187). – С. 44-47.

73. Кочетова, Л. А. Диахронный подход к изучению рекламного дискурса: теоретико-методологический аспект [Текст] / Л. А. Кочетова // Вестник Московского государственного лингвистического университета, 2012. – № 638. – С. 216-224.

74. Кочетова, Л. А. Исследование аксиологических доминант в жанре пресс-релиза на основе методов автоматического извлечения ключевых слов корпуса текстов [Текст] / Л. А. Кочетова, В. А. Попов // Научный диалог, 2019. – № 6. – С. 32-49.

75. Кочетова, Л. А. Лингвокультурная специфика дискурсивных практик репрезентации кибербезопасности в русскоязычном медийном пространстве: корпусный подход [Текст] / Л. А. Кочетова, Е. Ю. Ильинова // Научный диалог, 2023. – Т. 12. – №3. – С. 134-152.

76. Кочетова, Л. А. Лингвокультурная специфика репрезентации искусственного интеллекта в англоязычном медиадискурсе: корпусный подход [Текст] / Л. А. Кочетова [Электронный ресурс] // Science journal of Volgograd State University. Linguistics: [сайт]. — URL: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.5.1> (дата обращения: 03.02.2025).

77. Кочетова, Л.А. Английский рекламный дискурс в динамическом аспекте [Текст] : дис. ... док. фил. наук: 10.02.04 / Л.А. Кочетова; Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 2013. – 438 с.

78. Кочетова, Л.А. Лингвокультурная специфика репрезентации дискурсивных практик кибербезопасности в русскоязычном медийном дискурсе: корпусный подход [Текст] / Л.А. Кочетова, Е.Ю. Ильинова // Научный диалог, 2023. – № 12 (3). – С. 134-152.

79. Кочетова, Л.А. Лингвокультурные характеристики английского рекламного дискурса [Текст] : дис. ... канд. фил. наук: 10.02.04 / Л.А. Кочетова; Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 1999. – 150 с.

80. Кочетова, Л.А., Кононова И.В. Медиатизация регулятивной ценности «здоровый образ жизни» в англоязычных СМИ: корпусный подход [Текст] / Л.А. Кочетова, И.В. Кононова [Электронный ресурс] // Научный диалог: [сайт]. — URL: <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2024-13-6-186-208> (дата обращения: 23.01.2025).

81. Крючкова, Н.В. Жанрово-дискурсивная обусловленность содержания концепта (на материале концепта молодость) [Текст] / Н.В. Крючкова, О.Ю. Крючкова // Жанры речи, 2023. – Т. 18. – № 3 (39). – С. 212–218.

82. Кубрякова, Е.С., Демьянков, В. З., Панкрац, Ю. Г., Лузина, Л. Г.; под общ. ред. Кубряковой Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов [Текст] / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. – Москва: Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – 450 с. – С. 33-35.

83. Кузнецов, В. Н. Социология безопасности: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 040200 Социология [Текст] / В. Н. Кузнецов – Москва: Книга и Бизнес, 2007. – 423 с.

84. Куссе, Х. Культуроведческая лингвистика [Текст] / Х. Куссе. // пер. нем. М. Новоселовой. – Москва: Гнозис, 2022. – 536 с.

85. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живём [Текст] / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
86. Лебедько, М. Г. Когнитивные аспекты взаимодействия языка и культуры: сопоставление американской и русской темпоральных концептосфер [Текст] : дисс. ... докт. фил. наук: 10.02.20 / М.Г. Лебедько — Владивосток, 2002. – 363 с.
87. Леонтович, О.А. Методы коммуникативных исследований [Текст] / О.А. Леонтович. – Москва: «Гнозис», 2011. – 224 с.
88. Лызь, Н. А. Модельные представления о безопасной личности [Текст] / Н. А. Лызь // Известия ТРТУ, 2005. – № 7(51). – С. 21-25.
89. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса [Текст] / М.Л. Макаров. – Москва: «Гнозис», 2003. – 280 с.
90. Маклюэн, М.Г. Понимание медиа: Внешнее расширение человека [Текст] / М.Г. Маклюэн // Пер. с англ. В. Николаева. – Москва, 2007. – 464 с.
91. Медиатизация лингвокультурных феноменов: аспекты языковой репрезентации: монография [Текст] / Е. Ю. Ильинова, А. Д. Ефимова, Л. А. Кочетова, И. В. Кононова, В. А. Митягина, И. В. Палашевская, Л. Н. Ребрина, Е. В. Трощенко [и др.] ; Федер. гос. авт. образоват. учреждение высш. образования «Волгогр. гос. ун-т». – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2024. – 212 с.
92. Мельничук, Т.А. Дискурс американского предвыборного президентского видеоролика в динамическом аспекте [Текст] : дисс. ... канд. фил. наук: 5.9.6 / Т.А. Мельничук; Санкт-Петербургский государственный экономический университет. — Санкт-Петербург, 2024. — 218 с.
93. Миронова, М.Ю. Научный дискурс: эволюция теоретико-методологических подходов и концепций [Текст] / М.Ю. Миронова // ДИСКУРС, 2023. – № 9 (2). – С. 137-155.
94. Молодыхенко, Е. Н. Об операционализации категории «ценность» в текстовом и дискурсивном анализе: к вопросу о лингвистической аксиологии [Текст] / Е. Н. Молодыхенко // Вестник МГПУ. Серия:

филология. Теория языка. Языковое образование, 2015. — № 3 (19). — С. 90-97.

95. Моргунов, А.А. Процессы медиатизации в современной культуре: сущность и последствия [Текст] / А.А. Моргунов // Вестник тверского государственного университета. Серия: философия, 2013. — № 4. — С. 30-38.

96. Нильсен, Е.А. Лингвокогнитивные модели эволюции темпоральных номинаций : на материале английского языка : автореферат дис. ... доктора филологических наук : 10.02.04 / Е.А. Нильсен; [Место защиты: С.-Петерб. гос. экон. ун-т]. — Санкт-Петербург, 2015. — 40 с.

97. Ним, Е.Г. Анализ роли медиа в обществе: медиация vs медиатизация // Информационное поле современной России: практики и эффекты : Материалы IX международной научно-практической конф., 18-20 окт. 2012 г. [Текст] / Под ред. Р.П. Баканова. В 2 т. — Т. 1. — Казань, 2012. — С.316-324.

98. Огий, О. Г. Безопасность в системе социологического знания [Текст] / О. Г. Огий // Вестник тихоокеанского государственного университета, 2011. — № 1 (20). — С. 207-216.

99. Орлова, Е.В. Особенности моделирования концептосферы мотивации в дискурсивном пространстве рекламы [Текст] / Е.В. Орлова // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета, 2010. — № 2. — С. 128-137.

100. Орлова, Н. В. Дискурсивная семантика: онтологические основания и опыт реконструкции [Текст] / Н. В. Орлова, Л. О. Бутакова // Филологический класс, 2022. — Т. 27. — № 4. — С. 30–37.

101. Орлова, Н. В. Семантические ряды как инструмент анализа дискурса (на материале дискурса о поколениях) [Текст] / Н. В. Орлова // Научный диалог, 2021. — № 7. — С. 108-122.

102. Орлянская, М. Н. Лингвостилистическая организация дискурса экологической безопасности в британских СМИ [Текст] / М. Н. Орлянская // Гуманитарные науки и вызовы нашего времени: сборник научных статей по

итогах VI Всероссийской (национальной) научной конференции с международным участием. Санкт-Петербург, 14-15 марта 2024 г. — Спб.: Изд-во СПбГЭУ, 2024. — С. 89-92.

103. Орлянская, М. Н. Медиатизация ценности «экологическая безопасность» в англоязычных СМИ: корпусный подход [Текст] / М.Н. Орлянская, Л.А. Кочетова // ДИСКУРС, 2024. — Т. 10. — № 2. — С. 131–142.

104. Орлянская, М. Н. Метафорическое осмысление концепта «экологическая безопасность» в англоязычных СМИ [Текст] / М. Н. Орлянская // Когнитивные исследования языка. Вып. №1 (62). Когнитивные исследования в цифровую эпоху. Часть 1: материалы Международной научной конференции по когнитивной лингвистике. 5-7 июня 2025 г./ отв. ред. вып. О.В. Бронникова. — Тюмень: ТюмГУ-Press, 2025. — С. 753-757.

105. Орлянская, М. Н. Репрезентация концепта «экологическая безопасность» в медийном дискурсе [Текст] / М. Н. Орлянская // Материалы Тринадцатой межвузовской научно-практической конференции с международным участием «Актуальные проблемы языкознания», г. Санкт-Петербург, 17 – 18 апреля 2024 года. Спб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2024. — С. 107-111.

106. Орлянская, М. Н. Социокультурная специфика концептуализации экологической безопасности в британском медийном пространстве [Текст] / М.Н. Орлянская, Л.А. Кочетова // ДИСКУРС, 2025. — Т. 11. — № 3. — С. 152–166.

107. Орлянская, М. Н. Стратегии привлечения внимания к проблематике экологической безопасности в британском медийном дискурсе [Текст] / М. Н. Орлянская // Т 31 Актуальные вопросы лингвистики, межкультурной коммуникации и методики преподавания иностранных языков в вузе: материалы VIII Международной научно-практической конференции — Екатеринбург: Изд-во УГГУ, 2025. — С. 306-310.

108. Пименова, М.В. Концептуализация чувства в русской языковой картине мира [Текст] / М.В. Пименова // Мир человека и мир языка. – Кемерово: Комплекс «Графика», 2003. – С. 58–120.

109. Плотникова, М. В. Экспрессия в нарративе политических деятелей: экология перевода и лингвистическая безопасность: (на материале публичных выступлений В. В. Путина и их переводов на английский, французский, испанский языки) [Текст] / М. В. Плотникова, А. И. Томилова // Политическая лингвистика, 2022. – № 6 (96). – С. 80-88.

110. Полуянов, В.П. Система социально-экологических ценностей человека [Текст] / В.П. Полуянов// Научные ведомости Белгородского государственного университета: Философия. Социология. Право. – 2009. – № 7. – С. 193-197.

111. Попова, З.Д. Очерки по когнитивной лингвистике [Текст] / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж: «Истоки», 2001. – 191 с.

112. Попова, З.Д. Язык и сознание: теоретические разграничения и понятийный аппарат [Текст] / З.Д. Попова, И.А. Стернин // Язык и национальное сознание: Вопросы теории и методологии. – Воронеж: Издательство Воронежского государственного университета, 2003. – С. 8-50.

113. Попова, З.Д., Стернин, И.А. Когнитивная лингвистика [Текст] / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Москва: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 314 с.

114. Примаков, В.Л. Медиатизация как теоретический концепт [Текст] / В.Л. Примаков// Вестник МГЛУ. Общественные науки, 2019. – Вып. 3 (836). – С. 221-238.

115. Просвирнина, И. С. Концепт «скромность» в русской и китайской лингвокультурах: сопоставительный лингвокультурологический анализ [Текст] / И.С. Просвирнина // Известия Волгоградского государственного педагогического университета, 2014. – № 5 (90). – С. 52-56.

116. Радбиль, Т.Б. Языковое воплощение ценностей в медиадискурсе интернета по данным корпусного анализа репрезентативных контекстов

(лексема *по-хорошему*) [Текст] / Т.Б. Радбиль // Научный диалог, 2023. – № 12(6). – С. 170-189.

117. Ребрина, Л.Н. Сообщества конфликтной мобилизации в социальных сетях России и Германии как актуальные акторы протестной коммуникации: общие и специфичные системно-коммуникативные характеристики [Текст] / Л.А. Ребрина, Н.Л. Шамне // Мир науки, культуры, образования, 2021. - № 5 (90). – С. 290-294.

118. Резанова, З.И. Метафорический фрагмент русской языковой картины мира: Ключевые концепты [Текст] / З.И. Резанова, Н. А. Мишанкина, Д. А. Катунин [и др.]. – Воронеж: РИЦ ЕФ ВГУ, 2003. – 210 с.

119. Рогозина, И. В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект [Текст] : дисс. ... док. фил. наук: 10.02.19 / И.В. Рогозина; Алтайский государственный университет. — Барнаул, 2003. – 430 с.

120. Сидорова, Н. А. Основы лингвоаксиологической концепции речевой коммуникации [Текст] : автореф. дисс. ... докт. фил. наук: 10.02.19 / Н.А. Сидорова; Военный университет. – Москва, 2011. – 47с.

121. Симашко, Т.В. Языковая картина мира в кумулятивном аспекте [Текст] / Т.В. Симашко // Мир человека и мир языка. – Кемерово: ИПК «Графика», 2003. – С. 32-57.

122. Слышкин, Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты [Текст] : автореф. дисс. ... док. фил. наук: 10.02.19 / Г.Г. Слышкин; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2004. – 39 с.

123. Слышкин, Г.Г. Лингвокультурный концепт и идеология [Текст] / Г.Г. Слышкин // Известия ВГПУ. Серия: новое в науке о языке, 2005. – №1. – С.10-18.

124. Современные тенденции информатизации и медиатизации общества [Текст]: науч.-аналит. обзор / Т. В. Андрианова, А. И. Ракитов. – М. : ИНИОН, 1991. – 117 с.

125. Солодилова, И. А. Ценностная картина мира как объект лингвистического изучения [Текст] / И.А. Солодилова, В.В. Перевалов // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: гуманитарные науки, 2018. – № 3. – С. 180-183.

126. Сорокин, П.А. Человек. Цивилизация. Общество. [Текст] / П.А. Сорокин // Общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Союмонов: Пер. с англ. С. А. Сидоренко. – Москва: Политиздат, 1992. – 543 с.

127. Сулименко, В.А. Терминологический словарь по экологической безопасности [Текст] / В.А. Сулименко, Т.Г. Грушева и др. – Москва: Академия ГПС МЧС России, 2014. – 40 с.

128. Туленинова, Л.В. Концепты "здоровье" и "болезнь" в английской и русской лингвокультурах [Текст] : автореф. дисс. ... канд. фил. наук: 10.02.20 / Л.В. Туленинова; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2008. – 20 с.

129. Федосеева, Е.В. Когнитивные механизмы дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе (на материале статей о России в современных англоязычных средствах массовой информации) [Текст] : автореф. дисс. ... канд. фил. наук: 10.02.19 / Е.В. Федосеева; Сибирский федеральный университет. – Красноярск, 2016. – 23 с.

130. Фесенко, Т.А. Концептуальные системы как контекст употребления и понимания вербальных выражений [Текст] / Т.А. Фесенко // Когнитивные аспекты языковой категоризации. – Рязань: РГПУ им. С.А. Есенина, 2000. – С. 141-144.

131. Филиппова, Т. А. Понятие и основные характеристики экологического дискурса (на материале англоязычных СМИ) [Текст]/Т.А. Филиппова // Известия ВГПУ. – 2018. – № 2 (125). – С. 97–101.

132. Филмор, Ч. Дело о падеже [Текст] / Ч. Филмор// Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 10. Лингвистическая семантика. – Москва: «Прогресс», 1981. – С.309-495.

133. Фрумкина, Р.М. Концептуальный анализ с точки зрения лингвиста и психолога (концепт, категория, прототип) [Текст] / Р.М. Фрумкина // НТИ. Серия 2. Информационные процессы и системы, 1992. – № 3. – С. 1-8.

134. Фуко, М. Археология знания [Текст] / М. Фуко // Пер. с фр.; Общ. ред. Бр. Левченко. — К.: Ника-Центр, 1996. – 208 с.

135. Фуко, М. Порядок дискурса: инаугурационная лекция в Коллеж де Франс, прочитанная 2 декабря 1970 года [Текст] / М. Фуко // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности: работы разных лет: пер. с фр. – Москва, 1996. – С. 47–96.

136. Фурс, Л. А. Смысловая объемность структуры предложения [Текст] / Л.А. Фурс // Исследования языка и современное гуманитарное знание, 2021. – Т. 3. – № 2. – С. 160-166.

137. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие [Текст] / Ю. Хабермас. – 2-е изд. – Санкт-Петербург: Наука, 2006. – 377 с.

138. Хабермас, Ю. Теория коммуникативной деятельности [Текст] / Ю. Хабермас. — В 2 Т. – Москва: Изд-во «Весь мир», 2022. – 873 с.

139. Хохлова, М.В. Исследование лексико-синтаксической сочетаемости в русском языке с помощью статистических методов (на базе корпусов текстов) [Текст] : автореф. дисс. ... канд. фил. наук: / М.В. Хохлова; Санкт-Петербургский государственный университет. — Санкт-Петербург, 2010. — 26 с.

140. Хохлова, М.В. Экспериментальная проверка методов выявления коллокаций [Текст] / М.В. Хохлова // Slavica Helsingiensia. Инструментарий русистики: корпусные подходы. – Хельсинки, 2008. – № 34. – С. 343–357.

141. Цуциева М.Г. Актуализация языковой личности политика в современном немецком политическом дискурсе [Текст] : автореф. дисс. ... док. фил. наук: 10.02.04 / М.Г. Цуциева; Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена. — Санкт-Петербург, 2019. — 40 с.

142. Цуциева М.Г. Дискурсивные параметры языковой личности политика [Текст] : монография / М.Г. Цуциева - Санкт-Петербург : Политех-Пресс, 2018. - 421 с.

143. Чернявская, В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований [Текст] / В.Е. Чернявская // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: Сб. науч. тр. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2001. – С.11–22.

144. Чернявская, В.Е. Дискурсивный анализ и корпусные методы: необходимое доказательное звено? Объяснительные возможности качественных и количественных подходов [Текст] / В.Е. Чернявская // Вопросы когнитивной лингвистики, 2018. – № 2 (55). – С. 31- 37.

145. Шаронов, Д. И. О коммуникативном смысле медиатизации [Текст]/Д.И. Шаронов// Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2008. – № 2. – С. 234–239.

146. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса [Текст] : дис. ... док. фил. наук: 10.02.01 / Е.И. Шейгал; Волгоградский государственный социально-педагогический университет. – Волгоград, 2000. – 431 с.

147. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса [Текст] : монография / Е.И. Шейгал. – Москва: Гнозис, 2004. – 324 с.

148. Шмелева, Т.В. Медиатизация как феномен современной культуры и объект исследования [Текст] / Т.В. Шмелева // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого, 2015. – №. 7 (90). – С. 145-148.

149. Ягунова, Е.В. Природа коллокаций в русском языке. Опыт автоматического извлечения и классификации на материале новостных текстов [Текст] / Е.В. Ягунова, Л.М. Пивоварова // Сб. НТИ. Сер. 2, 2010. – № 6. – С. 30-40.

150. Ястребова, О.И., Гарцуева, О.А. Лингвистическая безопасность как социально-психологический феномен [Текст] / О.И. Ястребова, О.А. Гарцуева // Наука. Образование. Современность, 2024. – № 2. – С. 40-44.

151. Altheide, A. Media Logic, Social Control, and Fear [Text] / A. Altheide // *Communication Theory*, 2013. – Vol. 23. – № 3. – pp. 223-238.
152. Altheide, A., Snow, R. Media Logic and Culture: Reply to Oakes [Text] / A. Altheide, R. Snow // *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 1992. – Vol. 5. – № 3. – pp. 465–472.
153. Althusser, L. Ideology and ideological state apparatuses / L. Althusser [Text] // *Lenin and philosophy and other essays*. — New York: Monthly Review Press, 1970. — pp. 127-186.
154. Asp, K. Mediatization: Rethinking the Question of Media Power [Text] / K. Asp // *Mediatization of Communication: Handbooks of Communication Science*. – Vol. 21. – Berlin: De Gruyter Mouton, 2014. – pp. 367.
155. Baker, P. Corpora and Discourse Studies: Integrating Discourse and Corpora [Text] / P. Baker, T. McEnery. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2015. – 310 p.
156. Baker, P. Using Corpora in Discourse Analysis [Text] / P. Baker. – London: Continuum, 2006. – 236 p.
157. Barthes R. Image, music, text [Text] / R. Barthes — New York: Noonday Press, 1988 — 217 p.
158. Bednarek, M. The discourse of news values: How news organizations create newsworthiness [Text] / M. Bednarek. – New York: Oxford University Press, 2017. – 302 p.
159. Berger, Peter L. The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion [Text] / Peter L. Berger // Garden City. – New York: Doubleday, 1967 – 230 p.
160. Brezina, V. Statistics in Corpus Linguistics: A Practical Guide [Text] / V. Brezina — Cambridge: Cambridge University Press, 2018. — 316 p.
161. Brezina, V. Collocations in context: A new perspective on collocation networks [Text]/V. Brezina, T. McEnery, S. Wattam // *International journal of corpus linguistics*. – 2015. – № 20 (2). – pp. 139-173.

162. Campbell, K.K. Agency: Promiscuous and Protean [Text] / Campbell K.K. // Communication and critical/cultural studies, 2005. – № 1. – pp. 1-19.
163. Chomsky, N. Language and problems of knowledge. The Managua Lectures [Text] / Chomsky N. – London: MIT Press, 1988. – 205 p.
164. Cloudry, N. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling [Text] / N. Cloudry // New Media & Society, 2008. – 10(3). – pp. 373–391.
165. Cloudry, N. Media rituals: A critical approach [Text] / N. Cloudry. — London: Routledge, 2003. — 186 p.
166. Cloudry, N., Hepp A. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments [Text] / N. Cloudry, A. Hepp // Communication Theory. – Vol. 23. – №. 3. – US: Wiley-Blackwell, 2013. – pp. 191–315.
167. Cloudry, N., Hepp, A. The Mediated Construction of Reality [Text] / N. Cloudry, A. Hepp. — Cambridge: Polity Press, 2017. — 290 p.
168. Dijk van T. A. Introduction: Discourse and Domination [Text] / T.A. van Dijk (ed.) // Discourse and Power. – New-York: Palgrave Macmillan, 2008. – pp. 1-26.
169. Dijk van T. A., Discourse and Power [Text] / T.A. van Dijk – New York: Palgrave Macmillan, 2008. – 320 p.
170. Dijk van T. A., Society and Discourse: How Social Contexts Influence text and talk. [Text] / T.A. van Dijk. — New York: Cambridge University Press, 2009. – 283 p.
171. Eco, U. Sulla televisione: Scritti 1956 – 2015 [Text] / U. Eco — Milano: La nave di Teseo, 2018. — 527 p.
172. Entman, R.M. Framing. Toward clarification of a fractured paradigm [Text] // Journal of Communication. 1993. Vol. 43. Iss. 4. P. 51–58.
173. Fairclough, N. Political discourse in the media: An analytical framework [Text] / N. Fairclough // Approaches to Media Discourse / ed. by A. Bell and P. Garrett. — Oxford: Blackwell, 1998. – pp. 142–162.

174. Fairclough, N. Language and Power [Text] / Fairclough N. — London: Longman, 1989. — 253 p.
175. Foucault, M., Power/Knowledge, Selected Interviews and Other Writings, 1972-1977 [Text] / M. Foucault / C. Gordon (ed.) // Pantheon Books, New York. URL: https://monoskop.org/images/5/5d/Foucault_Michel_Power_Knowledge_Selected_Interviews_and_Other_Writings_1972-1977.pdf
176. Foucault, M. Discipline and Punish: The Birth of the Prison [Text] / Foucault, M. — New York: Pantheon Books, 1975. — 326 p.
177. Gabrielatos, C. Corpus Approaches to Discourse Studies: The basics [Text] / C. Gabrielatos / A. Marchi (ed.) // Discourse & Communication Studies Research Team. — Örebro University, 2014. — pp. 87-124.
178. Gramsci, A. Selections from the prison notebooks Of Antonio [Текст] / A. Gramsci / Q. Hoare, G.N. Smith (ed.) — New York: International Publishers Co, 1971. — 572 p.
179. Gramsci, A. Selections from the Prison Notebooks [Text] / A. Gramsci — London: Lawrence & Wishart, 1971. — 473 p.
180. Gries, St.Th. Analyzing Dispersion. [Text] / St. Th. Gries / Paquot M., Gries St.Th. (eds.) // A Practical Handbook of Corpus Linguistics. — Berlin, New York, Springer, 2020. — pp. 99-118.
181. Groves, T., Figuerola, C. G., Quintanilla M. A. Ten years of science news: A longitudinal analysis of scientific culture in the Spanish digital press [Text] / T. Groves, C.G. Figuerola, M.Á. Quintanilla — Public Underst Sci, 2015. — Vol. 25. — Iss.6. — pp. 691–705.
182. Hall, S. Cultural studies 1983: a theoretical history [Text] / Hall, S. — London: Duke University Press, 2016. — 219 p.
183. Heydebrand von R., Winko S. The qualities of literatures: A concept of literary evaluation in pluralistic societies [Text] / R. von Heydebrand, S. Winko // The Quality of Literature. Linguistic studies in literary evaluation. —

Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2008. – pp. 223-239.

184. Hjarvard, S. Doing the right thing: Media and communication studies in a mediatized word [Text] / S. Hjarvard // Nordicom Review. — Vol. 33. – № 1. — Sweden: Nordicom, 2012. – pp. 27–34.

185. Hjarvard, S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change [Text] / S. Hjarvard // Nordicom Review. — Vol. 29, – №. 2. — Sweden: Nordicom, 2008. — pp. 105–134.

186. Inglehart, R. The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Publics [Text] / R. Inglehart – Princeton, NJ: Princeton University Press, 1977. – 363 p.

187. Jung, M. Ecological Criticism Of Language [Text] / M. Jung // The Ecolinguistic Reader. Language, Ecology And Environment. – London; New York: Continuum, 2001. – pp. 270-285.

188. Kochetova L. A. Linguocultural Specifics of Artificial Intelligence Representation in the English Language Media Discourse: Corpus-Based Approach [Text] / L.A. Kochetova // Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie. — Vol. 22. — № 5. — Volgograd, 2023. — pp. 6-18.

189. Krotz, F. Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation [Text] / F. Krotz — Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004. — 337 p.

190. Lakoff, G. The All New. Don't think of an elephant! Know your values and frame the debate [Text] / G. Lakoff — 2014 – 303 p. URL: https://rosadefoc.noblogs.org/files/2018/02/The-ALL-NEW-Dont-Think-of-an-Elephant_-K-George-Lakoff.pdf

191. Lakoff, G., Mark J. Metaphors We Live By [Text] / G. Lakoff, J. Mark — Chicago: University of Chicago Press, 1980. – 243 p.

192. Lehrer, A. The Influence of Semantic Field on Semantic Change [Text] / A. Lehrer / J. Fisiak (ed.) // Historical Semantics. Historical Word-Formation. — Berlin, New York, Amsterdam, Mouton de Gruyter, 1985. — pp. 283-296.
193. Linares, N. Looking Beyond the Field: Development of the Mediatization Research Agenda (interview with Stig Hjarvard) [Text] / N. Linares // Matrices, 2016. — Vol. 10, — №. 1. — P. 93–106.
194. Lundby, K. Introduction: Mediatization of Communication [Text] / K. Lundby // Mediatization of Communication: Handbooks of Communication Science. — Vol. 21. — Berlin: De Gruyter Mouton, 2014. — P.3–38.
195. Mautner, G. Corpora and critical discourse analysis [Text] / G. Mautner // Contemporary approaches to corpus linguistics. / P. Baker (ed.). — London: Continuum, 2009. — P. 32- 46.
196. McCright, A. M. The social bases of climate change knowledge, concern, and policy support in the U.S. general public [Text] / A.M. McCright — 2009. — pp. 1017-1046. URL: <https://cssn.org/wp-content/uploads/2020/12/THE-SOCIAL-BASES-OF-CLIMATE-CHANGE-KNOWLEDGE-CONCERN-AND-POLICY-SUPPORT-IN-THE-U.S.-GENERAL-PUBLIC-Aaron-McCright.pdf> (дата обращения: 12.03.2025)
197. Mouffe, Ch. On the Political [Text] / Ch. Mouffe — Routledge, NY, 2005. — 144 p.
198. Najder Z. Values and evaluations [Text] / Najder Z. — Oxford: Clarendon Press, 1975. — 185 p.
199. Osgood, Ch.E., Suci, G.J., Tannenbaum P.H. The Measurement of Meaning [Text] / Ch.E. Osgood, G.J. Suci, P.H. Tannenbaum — University of Illinois Press, 1957. — 342 p.
200. Partington, A. Corpora and discourse, a most congruous beast [Text] / A. Partington / J. Morley, P. Bayley (eds.). — Bern: Peter Lang, 2004. — pp. 11-20.
201. Perelman, Ch., Olbrechts-Tyteca L. The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation [Text] / Ch. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca — Notre Dame [Ind.]: University of Notre Dame Press, 1969. — 566 p.

202. Rokeach, M. The nature of human values [Text] / M. Rokeach. – New York: London: Free Press; Collier Macmillan, 1973. – 438 p.
203. Sinclair, J. Corpus, Concordance, Collocation [Text] / J. Sinclair — Oxford: Oxford University Press, 1991. – 177 p.
204. Sinclair, J. McH., Jones, S. & Daley, R. English Collocation Studies [Text]: the OSTI report, R. Krishnamurthy (Ed.). – London: Continuum, (1970/2004). – 224 p.
205. Stubbs M. Words and phrases: corpus studies of lexical semantics [Text] / Stubbs M. — 1st. edition. — Oxford: Blackwell Publishing Limited, 2001. – 267 p.
206. Stubbs M. Whorf's children: critical comments on critical discourse analysis [Text] / M. Stubbs // Evolving Models of Language. – Clevedon: Multilingual Matters, 1997. – pp. 100-116.
207. Stubbs, M., Gerbig A. Human and Inhuman Geography: on the computer-assisted analysis of long texts [Text] / M. Stubbs, A. Gerbig // Data, Description, Discourse: Papers on the English Language in Honour of John McH Sinclair on his Sixtieth Birthday / M. Hoyer (ed.) – London: Harper Collins, 1993. – pp. 64-85.
208. Taylor, J. R. Cognitive Grammar [Text] / J. R. Taylor – Oxford etc.: Oxford University Press, 2003. – 621 p.
209. Thompson, J. B. Mediated Interaction in the Digital Age [Text] / J.B. Thompson // Theory, Culture & Society, 2018. – № 37 (1). – P. 3–28.
210. Thompson, J. B. Social theory and the media [Text] / J.B. Thompson // communication Theory Today. – London: Sage, 1993. – P. 27–49.
211. Thompson, J.B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication [Text] / J.B. Thompson — Oxford, 1990.
212. Wodak, R. Disorders of discourse [Text] / Wodak, R. – New York: Longman, 1996. – 200 p.
213. Wodak, R. The discourse of politics in action: Politics as usual [Text] / R. Wodak – Houndmills: Palgrave Macmillan, 2011. – 252 p.

Список использованных словарей

1. MWOD - Merriam-Webster Online Dictionary. Электронный ресурс:
<https://www.merriam-webster.com>

Программное обеспечение

1. Brezina, V, Weill-Tessier, P., McEnery, T. LancsBox v. 5. x URL:
<http://corpora.lancs.ac.uk/lancsbox> (accessed 25.05. 2025)
2. UCREL Rayson P., Piao S., Moore A. UCREL Semantic analysis system [Computer Software]. Lancaster, Lancaster University. URL:
<https://ucrel.lancs.ac.uk/usas/> (date of access: 13.05.2025)

Список источников эмпирического материала

1. Climate crisis / [Электронный ресурс] // The Guardian : [сайт]. – URL: <https://www.theguardian.com/environment/climate-crisis>
2. Climate. News / [Электронный ресурс] // The Independent : [сайт]. – URL: <https://www.independent.co.uk/climate-change/news>
3. Daily Mail : [сайт]. – URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/index.html>
4. Daily Mirror : [сайт]. – URL: <https://www.mirror.co.uk/>
5. The Guardian: [сайт]. – URL: <https://www.theguardian.com/international>
6. The Observer: [сайт]. – URL: <https://observer.co.uk/news>
7. The Sun : [сайт]. – URL: <https://www.thesun.co.uk/>