

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования

«Армавирский государственный педагогический университет»

На правах рукописи

Чепурная Мария Александровна

**НЕОЛОГИЧЕСКИЕ РЕПРЕЗЕНТАНТЫ КОНЦЕПТА «ЭКОЛОГИЯ»
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ**

10.02.19 – Теория языка

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
профессор В.В. Катермина

Армавир 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. Медиадискурс как отражение новых ценностных ориентиров	13
1.1 Медиадискурс как новый тип дискурса.....	13
1.2 Особенности и типы медиадискурса.....	16
1.3 Функции медиадискурса.....	21
1.4 Язык медиатекста.....	25
1.4.1 Языковые особенности медиатекста.....	25
1.4.2 Языковые стратегии манипуляции сознанием реципиента в языке медиатекста.....	27
1.4.3 «Новое слово» в медиадискурсе.....	29
1.4.4. Неологизмы как способ отражения экологической ситуации в медиадискурсе.....	32
Выводы к главе 1.....	36
ГЛАВА 2. Современный концепт «экология» и фреймовая репрезентация его содержания	39
2.1. Концепт как лингвокогнитивная категория.....	39
2.2 Признаки и свойства концептов.....	42
2.3. Понятие концептосферы.....	48
2.4 Содержание концепта «экология».....	52
2.5 Фрейм как способ представления знаний в концепте.....	56
2.6 Фреймовая репрезентация знаний в концепте «экология».....	60
Выводы к главе 2.....	65
ГЛАВА 3. Неологизмы как способ репрезентации концепта «экология» в массмедийном дискурсе	67
3.1 Неологизмы в системе массмедийного экологического дискурса.....	67
3.2 Неологические репрезентанты концепта «экология».....	72
3.2.1 Неологическая репрезентация глобальной проблемы изменения климата.....	72

3.2.2 Неологическая репрезентация природных изменений и их восприятия человеком в массмедийном экологическом дискурсе.....	77
3.2.3 Неологическая репрезентация проблемы загрязнения “Pollution” как триггера глобальных проблем.....	90
3.3. Новая лексика как результат интерференции дискурсов.....	99
3.3.1 Неологические репрезентанты концепта «экология» в массмедийном гастрономическом дискурсе.....	99
3.3.2 Неологические репрезентанты концепта «экология» в массмедийном бытовом дискурсе.....	110
3.3.3 Неологические репрезентанты концепта «экология» в массмедийном экономическом дискурсе.....	115
3.3.4 Неологическая репрезентация концепта «экология» в массмедийном рекреационном дискурсе.....	121
Выводы к главе 3.....	128
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	131
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	135
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ.....	147
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ПРИМЕРОВ.....	148

ВВЕДЕНИЕ

Настоящее диссертационное исследование посвящено комплексному лингвокогнитивному анализу нового пласта современной англоязычной лексики, представленного в массмедийном экологическом дискурсе. Повышенный интерес средств массовой информации к сложившейся в мире экологической ситуации, в частности к экологическим проблемам, обуславливает многообразие публицистических текстов, посвященных данной тематике. Отражение текущей экологической ситуации в массмедиа и необходимость номинации новых явлений – причины возникновения неологизмов в массмедийном дискурсе.

В рамках господствующего антропоцентрического подхода в современной лингвистике исследование неологизмов массмедийного экологического дискурса обращено к изучению образа мышления человека и языковой картины мира. Новая лексика является частью структурированного знания об экологии, представленного в сознании человека в виде концепта.

В когнитивной лингвистике концепт, как и язык, динамичен. Новые события и явления, напрямую или косвенно связанные с экологией, возникают в сознании человека и, вербализуясь, закрепляются в языке. Благодаря неологизмам человек способен интерпретировать новое знание и определить его место в собственном представлении окружающего мира.

Многообразие новой лексики в современном английском языке также обусловлено его медийностью. Язык как главный инструмент медиакommunikации отражает все современные тенденции и явления, которые мгновенно распространяются по медиаканалам. Вследствие этого неологизмы являются характерной чертой как экологического, так и любого массмедийного дискурса.

Степень проработанности проблемы исследования. Ряд проблем, связанных с определением содержания концепта и представления информации в нем, неоднократно становился объектом исследования работ прошлого столетия многих лингвистов (С.А. Аскольдов, Л. Витгенштейн, В.И. Карасик, Е.С. Кубрякова, Р. Лангакер, С. Лоуренс, Э.Марголис В.П. Нерознак, Г.Г. Слышкин,

М.Хайдеггер и др). В получении человеком информации важную роль играет языковая картина мира, а в ее осмыслении – когнитивная (Т.Г. Грушевская, Л.А. Исаева, Х.М. Кадачиева, Ю.Н. Караулов, Д.С. Лихачев, Е.В. Лукашевич, А.Н. Приходько, Е.Н. Рядчикова, В.И. Тхорик, Н.Ю. Фанян, М.А. Флат, К. Ясперс и др). Многообразие содержащейся в концепте информации ученые предложили структурировать при помощи когнитивных моделей – фреймов (А.П. Бабушкин, Н.Н. Болдырев, Е.А. Ежова, И.Н. Ивашкевич М. Минский, Т.В. Нерушева, Е.В. Петрушова, О.Н. Санжарова, У.Эко, J. Aitchison, Ch. Fillmore и др). Как и любой концепт, концепт «экология» привязан к дискурсу. Будучи представленным в текстах СМИ, дискурс носит массмедийный характер: изучение массмедийного дискурса представлено в работах (А.Н. Баранов, С.Г. Буданова, Л.Ю. Буянова, К. Бюлер, Н.С. Валгина, Е.Ю. Васильева, С.Г. Воркачев, Т.Г. Добросклонская, М.Р. Желтухина, Н.И. Клушина, Е.А. Кожемякин, В.Г. Костомаров, Е.Н. Лучинская, А.В. Олянич, Н.Н. Оломская, О.Е. Павловская, Р.В. Патюкова, Е.С. Попова, Е.Г. Сомова, А.А. Тертычный, A. Bell, G. Currie, J. Elridge и др.).

В работах, посвященных процессам неологизации (Л.С. Абросимова, Е.С. Бугрышева, Г.О. Винокур, Е.И. Ерпилова, Т.В. Жеребило, В.В. Катермина, Е.В. Маринова, В.А. Марьянчик, Ю.Найда, А.А. Реформатский, С.И. Тогоева), отмечается, что лексический уровень языка отражает экологические процессы и реакцию на них. Функциональность обнаруженных лексических единиц исследуется в работах В.П. Абрамова, Е.А. Барминой, К. Бюлера, З.И. Ломининой, Ю.П. Нечай, И.В. Рогозиной, О.Ю. Ромашинной, О.В. Корецкой, К. Ясперса и др. Попытка структурировать группу отобранных неологизмов при помощи фреймовой семантики и последующее проведение когнитивно-прагматического анализа предпринимается впервые.

Анализ соответствующей литературы свидетельствует о том, что до настоящего времени неологические репрезентанты концепта «экология» не являлись предметом изучения в системе массмедийного дискурса английского языка, что и предопределило выбор темы данной диссертационной работы.

Актуальность предпринятого исследования обусловлена устойчивым интересом современных лингвистов к проблеме концептуализации и категоризации мировой экологической ситуации, тенденцией к освещению ее в текстах медийного дискурса, определению роли и влияния проблем экологии на жизнь человека, а также постоянным интересом ученых к исследованию состава языка, выявлению новых лексических единиц, анализу словообразовательных моделей неологизмов и их функционированию в текстах СМИ.

Объект данной диссертационной работы – неологические репрезентанты концепта «экология» в англоязычном массмедийном дискурсе.

Предмет изучения – функциональные и когнитивно-прагматические особенности реализации неологических репрезентантов концепта «экология» в англоязычном массмедийном дискурсе.

Цель исследования заключается в комплексном анализе особенностей функционирования англоязычных неологизмов в массмедийном экологическом дискурсе, а именно в исследовании структурно-семантического, когнитивного и прагматического аспектов.

В основе настоящего исследования лежит следующая **гипотеза**: неологизация экологического дискурса английского языка служит отражением фрагмента языковой картины мира англоязычного сообщества об экологии и окружающей среде. Когнитивно-прагматические особенности неологизмов, возникших в массмедийном экологическом дискурсе, отражают изменения во взаимодействии людей с окружающей средой, а также степень влияния экологических проблем на другие сферы жизни.

Актуальность, предмет, объект и цель исследования предопределили постановку и решение следующих **задач**:

- 1) описать сущность массмедийного экологического дискурса и проследить его взаимодействие с другими типами дискурсов;
- 2) систематизировать содержание концепта «экология» при помощи фреймовых структур;

3) охарактеризовать функции массмедийного дискурса и изучить их специфику на примере неологических репрезентантов концепта «экология»;

4) классифицировать отобранный пласт неологизмов согласно их тематическому и функциональному аспектам в медиатекстах и провести их когнитивно-прагматический анализ;

5) выявить наиболее частотные и продуктивные словообразовательные модели в неологизмах изучаемой группы.

Для достижения цели и решения поставленных задач на разных этапах исследования применялись следующие **методы и приемы анализа** текстового материала:

1) метод моделирования, с целью систематизирования информации внутри концепта с помощью фреймовых структур;

2) метод компонентного анализа группы слов, нацеленный на выявление семантических объединений внутри концепта;

3) метод непосредственно составляющих (НС), используемый для представления словообразовательной структуры слов;

4) метод контекстуального анализа, при помощи которого устанавливаются функциональные характеристики неологизмов в медиатексте.

В настоящей работе также был применен ряд общенаучных методов познания: анализ, описание, сравнение и обобщение.

Методологической базой диссертационного исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых в следующих отраслях языкознания: *лингвокогнитивного подхода к концепту* (С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Р. Лангакер, Д.С. Лихачев, И.А. Стернин, З.Д. Попова и др.), *фреймовой семантики* (Н.Н. Болдырев, Е.А. Ежова, М. Минский, Т.В. Нерушева, Е.В. Петрушова, О.Н. Санжарова, J. Aitchison, Ch. Fillmore и др.), *массмедийного дискурса* (А.В. Авидзба, Е.А. Бармина, М.М. Бахтин, К. Бюлер, Н.С. Валгина, Е.Ю. Васильева, В.С. Джабраилова, Т.Г. Добросклонская, М.Р. Желтухина, Н.И. Клушина, Е.А. Кожемякин, О.В. Корецкая, В.Г. Костомаров, А.В. Олянич, Е.С. Попова, А. Bell, G. Currie, J. Elridge и др.), *экологического дискурса*

(М.В. Басинская, А.В. Зайцева, А.В. Нохрин, Д.В. Сергеев и др.), *неологизации* (Л.С. Абросимова, Е.С. Бугрышева, Г.О. Винокур, Е.И. Ерпилова, Т.В. Жеребило, В.В. Катермина, Е.В. Маринова, В.А. Марьянчик, Ю.Найда, А.А. Реформатский, С.И. Тогоева).

Источниками исследования стали публицистические тексты британских и американских СМИ: BBC, The Daily Monitor, Evening Standard, The Globe and mail, The Guardian, The New York Times, The Star, The Telegraph, USA Today, The Washington times; лексикографические издания: толковые и этимологические словари английского языка (Cambridge Dictionaries Online, Collins English Dictionary Online, Marriam Webster Dictionary Online, Macmillan Dictionary Online, Longman Dictionary of Contemporary English LDOCE, Oxford Learner's Dictionary Online; словари неологизмов, синонимов и тезаурусов: Academic Online, Dictionary.com Online, The Rice University Neologism Database, Urban Dictionary Online, Wiktionary Online, Wordnik Online, Word Spy Online, Your Dictionary Online; а также ресурсы сети Интернет: блоги, социальные сети, общественные речи.

Материалом исследования послужила авторская картотека, включающая более 400 неологизмов, полученная путем сплошной выборки из указанных источников.

Научная новизна данной диссертационной работы состоит в следующем: 1) впервые на материале английского языка проведено комплексное лингвистическое исследование неологизмов концепта «экология» в текстах СМИ; 2) выявлены их словообразовательные и функциональные особенности, применяемые для достижения целей в дискурсе медиа; 3) установлено взаимодействие экологического дискурса с другими типами дискурса: экономическим, гастрономическим, бытовым, рекреационным; 4) исследован когнитивно-прагматический аспект неологизмов.

Теоретическая значимость данного исследования заключается в том, что его результаты вносят вклад в дальнейшую разработку проблем языковой концептуализации экологического знания с учетом особенностей английской языковой картины мира и участия когнитивных структур человеческого сознания в

создании, получении и обработке информации, ее организации в когнитивные фреймовые модели; в познание взаимосвязи языка и мышления. Кроме того, в настоящей диссертации продолжается изучение особенностей массмедийного дискурса, одной из которых является воздействие на сознание реципиента с помощью лексического уровня языка.

Практическая ценность состоит в том, что результаты проведенного исследования могут быть использованы в курсах лексикологии английского языка и лингвокультурологии, в практике преподавания английского языка, теории и практики перевода, общего и частного языкознания, в спецкурсах по когнитивной лингвистике, в научно-исследовательской работе аспирантов и магистрантов.

Положения, выносимые на защиту:

1. Совокупность экологической информации, представленной в текстах СМИ, создает новый подвид дискурса – массмедийный экологический дискурс. Экологическое знание дискурса репрезентируется в исследовании при помощи новой лексики. Обусловленный широким спектром освещаемых проблем, массмедийный экологический дискурс взаимодействует с другими типами дискурсов: экономическим, гастрономическим, рекреационным и бытовым. В результате данной взаимосвязи возникает новая лексика, принадлежащая одновременно нескольким типам дискурса, формирующим общую область «экология». Роль данной лексики в медиатексте заключается в привлечении внимания реципиента к обсуждаемой проблеме и манипуляции его сознанием благодаря коннотативной окраске неологизмов. Обладая яркой оценочностью, могут задавать алгоритм восприятия картины мира англоязычного носителя.

2. Тексты массмедийного экологического дискурса обладают как рядом общих текстовых функций (информирования, воздействия, развлечения), так и набором функций, свойственных медийному дискурсу: гедонистической, гармонизирующей, интегративной, инспиративной. Гедонистическая функция реализуется путем сообщения адресату информации о событиях, относящихся к экологии, новациях в области решения глобальных проблем, оценках экспертов, преподнесенной в иронической форме. Гармонизирующая функция тесно связана с

инспиративной: в их основе лежит возможность решения экологических проблем при условии соблюдения экологичного образа жизни, к чему автор призывает реципиента благодаря инспиративной функции. Интегративная функция предполагает объединение человечества перед лицом экологической катастрофы, выраженное в особых номинациях людей, а также местоимения первого лица “we” (мы). Функция воздействия реализуется за счет приобретения неологизмами коннотации: положительной или отрицательной – посредством использования языковых средств: цветовой, коннотативно окрашенной и тематической лексики в образовании неологизмов. Экспрессивность неологизмов служит достижению главной цели любого медиатекста – манипуляции сознанием адресата.

3. Концепт «экология» является основным элементом нового подвида дискурса, содержание которого представлено экологической информацией и ассоциациями, возникающими при ее получении. Все знание, заключенное в концепт, требует систематизации в сознании человека, вследствие чего информация структурируется в когнитивные модели, наиболее продуктивными из которых являются фреймы – иерархически организованные при помощи слотов структуры: «Проблемы экологии», «Глобальные проблемы», «Круговорот воды в природе», «Thermosceptic», «Global weirding», «Природные изменения». Некоторые модели на основе иерархических отношений между слотами образуют фреймовые системы: «Загрязнение», «Загрязнение воды», «Загрязнение пресных вод».

4. Неологизмы отражают новые явления, прямо или косвенно касающиеся сферы экологии, и без затруднений понимаются реципиентом благодаря их формированию по существующим словообразовательным моделям, наиболее распространенными среди которых являются словосложение (49%), контаминация (31%) и аффиксация (12%) (8% - другие способы). В основе неологизмов, образованных словосложением и контаминацией, лежат общеупотребительные слова, что свидетельствует об особой специфике комбинаторики неологических репрезентантов.

Апробация работы. Основные результаты настоящего исследования были представлены на II международной научно-практической конференции

«Филологические и социокультурные вопросы науки и образования» (октябрь 2017, Краснодар), V международной конференции «Профильное и профессиональное образование в условиях современного поликультурного пространства» (декабрь 2017, Челябинск), всероссийской научной конференции «Школа молодых ученых по вопросам гуманитарных наук» (ноябрь 2018, Елец), на круглом столе «Филологические науки в XXI веке: актуальность, многополярность, перспективы развития» (ноябрь 2019, Краснодар). Положения и результаты диссертационного исследования обсуждались на заседаниях кафедры иностранных языков и методики их преподавания на факультете института русской и иностранной филологии ФГБОУ ВО АГПУ 02.07.2020.

Основные положения исследования отражены в 8 научных статьях, три из которых представлены в журналах, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации. Общий объем опубликованных работ составляет 4,1 п.л.

Структура исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии, списка лексикографических источников, списка источников примеров.

Во **введении** определяется общее направление исследования, обосновывается актуальность темы исследования, аргументируется научная новизна, обозначаются цель и задачи, предмет и объект исследования, выдвигается гипотеза, описывается материал и методы исследования, а также раскрывается теоретическая и практическая значимость работы, формулируются положения, выносимые на защиту.

В **главе 1 «Медиадискурс как отражение новых ценностных ориентиров»** исследуется массмедийный дискурс как новый тип дискурса, обозначаются его каналы, выявляются особенности и подвиды медиадискурса, приводятся различные классификации его функций. Приводится сравнительный анализ текста как единицы языка и речи и языковых особенностей медиатекста. Исследуются языковые стратегии медиатекстов, среди которых выделяется использование неологизмов в текстах СМИ.

В главе 2 «Современный концепт “экология” и фреймовая репрезентация его содержания» представлен обзор исследований концепта отечественными и зарубежными учеными, определяется понятие концептосферы. Рассматривается концепт «экология» как обособившееся когнитивное единство. Подробно исследуется содержание концепта, особое внимание уделяется изучению его периферии. Кроме того, в главе дается подробное описание фреймовой репрезентации экологической информации в концепте, на основе которой впоследствии структурируется знание внутри концепта «экология».

В главе 3 «Неологизмы как способ репрезентации концепта «экология» в массмедийном дискурсе» приводится дефиниционный анализ ключевого понятия современного экологического дискурса “ecology”, исследуется человеческий фактор как триггер и решение экологических проблем, выделяются группы новых лексических единиц, отражающих главные экологические проблемы “climate change” и “pollution”, описываются их словообразовательные модели. Исследуется роль неологизмов в медиатексте и функции текстов массмедийного экологического дискурса. Выявляется взаимодействие исследуемого типа дискурса с другими типами дискурсов: гастрономическим, бытовым, экономическим и рекреационным.

В заключении обобщены результаты диссертации, кратко представлены основные положения и выводы работы, намечены перспективы дальнейших исследований. Отмечается значимость лингво-когнитивного подхода в изучении новых номинативных единиц.

В списке литературы приведены работы отечественных и зарубежных исследователей по проблемам, рассматриваемым в настоящей диссертации, а также представлен список лексикографических источников. В списке источников примеров содержатся электронные ресурсы, базы данных и периодические издания, послужившие основой для отбора анализируемого языкового материала.

1 МЕДИАДИСКУРС КАК ОТРАЖЕНИЕ НОВЫХ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ

1.1 Медиадискурс как новый тип дискурса

Современное коммуникативное пространство опосредовано преимущественно медиасредой. Большая часть получаемой и анализируемой человеком информации приходит по каналам СМИ: периодическим изданиям, радио- и теле-передачам, социальным сетям и интернета в целом. Многообразие этих каналов обуславливает избыточность информации.

Согласно М.Р. Желтухиной, медиасреде присущи два типа избыточности: «формальная» – использование лексических повторов, речевых штампов с целью выделить или, наоборот, отгнать нужную информацию; а также «содержательная» – повторение одной и той же информации по разным медиа каналам. Их совокупность образует «полную избыточность – отсутствие информации, теряющейся в многократности повторений» [Желтухина, 13].

В большей или меньшей степени каждый человек является участником медиaprостранства. Многообразие коммуникативных каналов обуславливает тот факт, что «именно на медиасферу приходится сегодня основной объём речепользования, а совокупная протяженность медиатекстов намного превышает общий объём речи в прочих сферах человеческой деятельности» [Добросклонская, 2008, 5]. Человек, сталкиваясь с новой информацией, уже обладает фоновым знанием по обсуждаемой проблеме, полученным ранее также из СМИ. М.Н. Володина назвала данное явление «самореференцией» [Володина, 2011, 14]. Так, новость о гибели дельфинов актуализирует в памяти событие о том, что на танкере была утечка нефти, полученное также по каналам СМИ незадолго до этого. Самореференция основывается на причинно-следственных отношениях – получая информацию-следствие, человек обращается к своему сознанию в поиске-информации-причины.

Таким образом, медиадискурс становится отражением основных идей и идеалов социума, в нем обнаруживается специфика национальных и культурных

ценностей, формирует массовое сознание. В условиях современного мира значимость медиадискурса растет, так как при помощи СМИ происходит непосредственное влияние на сознание как каждого индивида, так и всего общества. Пристальное внимание к изучению данного типа дискурса и многообразие работ в названной области обусловили появления различной терминологии дискурса медиасферы: медийный дискурс, дискурс СМИ, массовый дискурс, массмедийный дискурс.

Будучи многоаспектным феноменом, термин «дискурс» не имеет общей дефиниции и трактуется учеными по-разному. Впервые он был использован Ю. Хабермасом «для обозначения вида речевой коммуникации, предполагающего рациональное критическое рассмотрение ценностей, норм, правил социальной жизни» [цит. по Красных, 2003, 111]. В то же время появилось определение Э. Бенвениста, определившего дискурс как «речь, присваиваемую говорящим» [цит. по Беловой, 2016, 63]. Таким образом, в дискурсе учитывается не только сам текст, но и личность говорящего.

Дискурсы дифференцируются по сферам деятельности человека. Так, выделяют экономический, политический, научный, массмедийный и другие типы дискурсов. Согласно Е.А. Кожемякину, дискурс СМИ является «тематически сфокусированной, социокультурно обусловленной речемыслительной деятельностью в массмедийном пространстве» [Кожемякин, 2010, 14].

Существует три подхода к изучению медиадискурса, основывающихся на изучении функциональных категорий. В рамках первого подхода анализируются компоненты структуры коммуникации: «отправитель и получатель сообщения, само сообщение, канал распространения, обратная связь, процессы кодирования и декодирования сообщения и контекст» [Пантина, 2018, 22].

Второй подход предполагает изучение функциональных особенностей медиадискурса. Данный подход тесно связан с изучением функциональных стилей речи и рассматривает дискурс СМИ в рамках различных практик: медицинской, экономической, юридической и других [Пантина, 2018].

Третий подход направлен на изучение тематической принадлежности медиадискурса. Социальные параметры актуальности тем являются основой для дифференциации типов дискурса СМИ. Исходя из них, выделяют расистский, феминистский, электоральный, дискурс катастроф, антитеррористический и другие типы дискурсов [Dijk, 1986; Kress, Leeuwen, 2001; Добросклонская, 2014, 182].

Непосредственное взаимодействие медиадискурса и культуры прослеживается через призму сознания человека, а именно формирование картины мира у индивида благодаря информации, получаемой по медиаканалам. Данная взаимосвязь обусловила появление нового направления в лингвистике, номинированного Т.Г. Добросклонской как «медиалингвистика». Цель данной науки, по мнению ученой, заключается в «изучении функционирования языка в сфере массовой коммуникации» [Добросклонская, 2008, 34].

Таким образом, областью изучения медиалингвистики являются медиатексты – одна из наиболее важных составляющих дискурса. Многие современные концепты дискурса базируются на понятии «текст». Французский ученый П. Серио в структуре отношений дискурса и текста выделяет текст как предмет изучения дискурса. Согласно лингвисту, такие тексты обладают двумя характерными особенностями: соответствие институциональным рамкам, в условиях которых создается текст, а также историческая, социальная, интеллектуальная направленность текстов дискурса [Серио, 2001, 551].

Невозможность текста реализоваться вне дискурса обуславливается тем, что высказывание не может быть понято реципиентом без учета экстралингвистического контекста. Уже в момент создания новый текст занимает свое место среди уже существующих текстов. О включении в понимание текста нелингвистических факторов говорил Т. Ван Дейк в концепции дискурса и дискурс-анализа, где он определил дискурс как «сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определённого текста, но и отражающее зависимость создаваемого речевого произведения от значительного количества экстралингвистических обстоятельств – знаний о

мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего как создателя текста» [цит. по Уваровой, 2015, 48].

Таким образом, текст не может существовать вне дискурса, как и дискурс без текста, вместе с тем эти понятия не являются идентичными: будучи предметом изучения дискурса, тексты представляют собой материал для выявления отличительных особенностей определенного типа дискурса.

Предметом массмедийного дискурса является многообразие публицистических текстов периодических и непериодических изданий, тексты теле- и радио- передач, рекламные тексты, тексты соцсетей и других интернет-источников. Совокупность всех текстов А.В. Авидзба вслед за Г.Н. Манаенко называет «информационным пространством» [Авидзба, 2016, 37]. Среди многообразия свойств медиадискурса выделяют семантические, синтаксические и прагматические [Солнцева, 2019]. Прагматическая функция реализуется в контексте отношений «говорящий (автор) – реципиент». Коммуникативные стратегии и тактики медийного дискурса помогают оказывать воздействие на читателя.

Согласно В.И. Карасику, целью медиадискурса, помимо передачи информации, является «захват аудитории, а также программируемое следствие сообщения определенной информации» [Карасик, 2014, 204], то есть реакция реципиента на полученную информацию согласно его картине мира. Получаемое сообщение может входить в систему уже сформированной ЯКМ, а может противоречить некоторым ее аспектам, и вследствие этого изменять ее.

Таким образом, особенностью медиадискурса является манипуляция человеческим сознанием и настроением посредством различных каналов СМИ, по которым осуществляется периодическая передача информации.

1.2 Особенности и типы медиадискурса

Массмедийный дискурс принято считать гибридным видом дискурса, охватывающим в разной степени все виды известных дискурсов. Его массовость

заключается не только в направленности на широкую аудиторию, но и в многообразии жанров, составляющих его полевую структуру: «медиадискурс имеет центр, где располагаются прототипные жанры, и периферию, которую составляют маргинальные жанры, отличающиеся неоднородной природой в силу своего расположения на стыке разных типов дискурса» [Желтухина, 2016, 293].

Жанрово-функциональные особенности обуславливают классифицирование медиадискурса на «новостной, рекламный, промоцийный (PR) дискурсы; информационный, аналитический, публицистический дискурсы; идентифицирующий, репрезентирующий, идеологический дискурсы и т.д.» [Кожемякин, 2010, 15]. Кроме того, выделяют виды дискурса в соответствии с типами каналов СМИ: теле-, радио- и компьютерный дискурсы. Каждый из них обладает своим потенциалом визуальных, звуковых, речевых и стилистических особенностей [Темникова, 2016].

Классификацию медиадискурса по типам предлагает В.Д. Шевченко, выделяя «художественный, публицистический, поэтический, мифологический, песенный дискурсы и кинодискурс» [Шевченко, 2011, 11]. Ученый отмечает, что для большинства типов медиадискурса характерно явление взаимопроникновения – «интерференция». Так, массмедийный экологический дискурс, являясь подвидом публицистического, может взаимодействовать с экономическим, бытовым и другими типами дискурсов СМИ.

Т.Г. Добросклонская выделяет характерные свойства медиадискурса: «отражающее, формирующее и организующее» свойства [Добросклонская, 2005, 182]. Под отражающим свойством понимается репрезентация событий окружающего мира, реализующихся в постоянном потоке медиатекстов. Данное свойство, по мнению ученого, формирует информационную картину мира реципиента. Важным фактором отражающего свойства является устойчивость медиатопиков – непрерывность освещения той или иной проблемы в СМИ. Только при постоянном информационном потоке образуются устойчивые концептуальные модели, благодаря которым адресат может интерпретировать и структурировать полученную информацию. В газетном дискурсе данная

устойчивость реализуется в разделении источника на тематические новостные рубрики и графы: экономика, окружающий мир, политика, спорт и другие. Таким образом, читатель еще до прочтения новой информации актуализирует накопленные знания по заданной тематике.

Формирующее свойство медиатекстов предполагает реализацию идеологической функции – воздействие на адресата и его индивидуальное и коллективное сознание путем отражения в текстах определенных систем ценностей. Т.Г. Добросклонская считает это свойство особенно значимым для современного этапа информационной войны, так как оно предполагает возможность модифицировать ментальную модель читателя и впоследствии манипулировать его сознанием [Добросклонская, 2014].

Организирующее свойство медиатекстов тесно связано с первой – отражающей – функцией и заключается в выстраивании и поддержании целостности картины мира. Важно отметить, в сознании реципиента происходит наложение информационной картины мира на языковую, в ходе чего у адресата формируется отношение к полученной информации. Непрерывность новостного потока позволяет проанализировать информационную картину мира в динамике.

Таким образом, на основе названных свойств можно выявить универсальные характеристики медиатекстов: «топикальность, соблюдение жанровой специфики публицистического текста и особый вид форматирования» [Пантина, 2018, 25]. Под особым видом форматирования понимается ряд экстралингвистических факторов, влияющих на восприятие медитекста: расположение, шрифт, иллюстрирование и другие.

При анализе медиатекста учитывается ряд параметров, обуславливающих его многоуровневую структуру. Среди них выделяют: способ создания текста (авторский – коллегиальный), форма создания (устная – письменная), форма воспроизведения (устная – письменная), канал распространения (теле-, радио-, интернет и другие), функционально-жанровый тип текста (новости, публицистика, реклама и другие), тематическая доминанта или принадлежность к определенному устойчивому медиатопику [Добросклонская, 29,31, 2014].

Говоря о принадлежности к медиатопику, Т.Г. Добросклонская подтверждает мысль о том, что медиатекст занимает свое место в системе уже существующих текстов обозначенной тематики и не может быть в полной мере реализован без учета макроконтекста.

Медиатопиком в массмедийном дискурсе может считаться как отдельная область какого-либо дискурса, так и сам дискурс в целом. Информация медиадискурса может апеллировать одновременно к нескольким типам дискурса, тем самым образуя «сращение информации различного типа (например, политической и развлекательной, событийной и рекламной)» [Васильева, 2017, 125]. Так, экологический дискурс может взаимодействовать с гастрономическим, бытовым, рекреационным и другими типами дискурса в медиaprостранстве.

Массовый характер медиатекстов позволяет утверждать, что текст медийного дискурса принадлежит не только автору (создателю), но и всей его аудитории. Роль автора медиатекста проявляется в его интенциональности – «способности отражать авторское коммуникативное намерение» [Клушина, 2014, 41]. Автор может обладать одновременно несколькими интенциями: сообщением информации, рекламированием, призывом к действию и другими. Большинство из них реализуются в соответствии с функциями текстов. Так, К.А. Филиппов выделяет пять основных функций текста: «информативная, апеллятивная, контактная, декларативная функции и функция возложения обязанностей» [Филиппов, 2016, 151].

Вместе с тем автор медиатекста не может не учитывать особенности своей аудитории, убеждения, установки и оценки реципиентов. Е.А. Кожемякин выделяет данную ориентированность на читателя как одно из свойств медиадискурса и называет его «интерсубъективностью» [Кожемякин, 2010]. Интерсубъективность обуславливается массовым и открытым характером медийного дискурса, в рамках которого адресат способен влиять на дискурс СМИ, делая его автономным. Так, в ходе решения мировых экологических проблем были созданы целые экологические сообщества, некоторые из которых

вышли на мировой уровень и имеют не только собственную рубрику в печатных СМИ, но и собственные интернет-источники: газеты, журналы, сайты, блоги.

Интенциональность медиатекстов обуславливает другое свойство медийного дискурса – «диалогичность» [Сулина, 2014]. Реципиент, осуществивший «контакт» с медиатекстом, испытывает потребность поделиться новостью с другими людьми или выразить свою точку зрения относительно полученной информации. В этом проявляется диалогичность медиа дискурса, его «диссенсная ориентированность» – создание противоречия с последующей дискуссией [Желтухина, 2003, 30].

Роль реципиента в медиадискурсе настолько важна, что некоторые ученые классифицируют массмедийный дискурс в зависимости от особенностей его целевой аудитории. Так, Л.Б. Темникова считает, что для разных групп реципиентов характерно использование различных лингвистических и экстралингвистических стратегий. Согласно учету этих стратегий, ученая разделяет медиадискурс на:

- « – дискурс «качественной прессы»;
- дискурс популярной прессы (желтой прессы и глянцевого журналов);
- дискурс специализированных изданий (научные и научно-популярные журналы)» [Темникова, 2016, 6].

Информация в данных типах дискурса передается по-разному в зависимости от способностей аудитории и когнитивных установок реципиента. Однако, несмотря на учет особенностей адресата, медийный дискурс оказывает влияние на сознание не только отдельной личности, но и на массовое.

Воздействие на массовое сознание осуществляется благодаря особенности медийного дискурса не только передавать информацию, но и интерпретировать ее. «Принципиальным отличием этого типа дискурса является то, что помимо производства определенных знаний, оценок объектов и их образов как результата речемыслительной деятельности он создаёт представление о способах трансляции знания» [Васильева, 2017, 125]. Следовательно, в медиадискурсе

внимание привлекается не столько к событиям, сколько к способам их передачи и интерпретации.

Охват медиадискурсом широкой аудитории, в которую входят представители разных стран, свидетельствует о его глобальности – одном из определяющих свойств медиадискурса. Доступность медиатекстов обуславливает взаимодействие и взаимопроникновения культур, представителями которых являются его реципиенты.

Включенность медиатекста в мировую сеть Интернет выявляет сразу две особенности медийного дискурса – виртуальность и гипертекстуальность [Солнцева, 2019]. Реализация медиатекста с помощью онлайн-ресурсов говорит о его виртуальном характере, а его включенность в лингвистический и экстралингвистический контексты свидетельствует о закреплённости медиатекста в системе существующих текстов и в массовом сознании людей.

Таким образом, медиадискурс – новый тип дискурса, построенный на модели известных дискурсов, но благодаря ряду своих особенностей отличающийся глобальным характером и высокой степенью воздействия на аудиторию.

1.3 Функции медиадискурса

В.И. Карасик представляет цель дискурса как совокупность трех элементов: воздействия, развлечения и информирования [Карасик, 2014]. Каждый элемент является функцией медийного дискурса, реализуемой в большей или меньшей степени в зависимости от жанровых особенностей медиатекста и интенции его автора. Вместе с тем разделение этих функций практически невозможно, вследствие их взаимообусловленного характера.

М.Р. Желтухина рассматривает основные функции медиадискурса в системе отношений адресант – адресат, на каждом этапе которых происходят различные процессы. Так, лингвист выделяет следующие функции:

«1) в системе воздействия АДРЕСАНТ → АДРЕСАТ: познавательная, культурная, творческая;

2) в системе воздействия АДРЕСАНТ: репрезентативная, экспрессивная, регулятивная;

3) в системе воздействия АДРЕСАТ: гедонистическая, гармонизирующая, интегративная, инспиративная функции» [Желтухина, 2007, 198].

Очевидно, что функции в системе адресант-адресат известны и являются общими для любого типа коммуникации. Функции, реализуемые в системе адресант (отправитель) совпадают с общими языковыми функциями, предложенными такими учеными, как К. Бюлер и А.А. Реформатский [Бюлер, 1993, Реформатский, 2010]. Особенности для медиадискурса функции осуществляются в третьей системе, выделенной М.Р. Желтухиной, – адресат.

В рамках гедонистической или развлекательной функции осуществляется рекреация реципиента, вовлеченного в медиасреду. Наряду с гедонистической одновременно может выполняться и гармонизирующая функция, отвечающая за снятие напряжения и нормализацию внутреннего состояния адресата с помощью увеселительных медиапродуктов (комедий, комиксов, стэндапов, реалити-шоу и других).

Особенность «интегративной функции», впервые названной Е.И. Шейгал в отношении политического дискурса [Шейгал, 2000], заключается в объединении нации, акцентировании внимания адресата на том, что он является ее неотъемлемой частью. Такое поглощение в текст достигается при помощи слов, апеллирующих к единству: together (вместе), to unite (объединять), community (общность), solidarity (сплоченность), alliance (союз) и других. Кроме того, вовлеченность реципиента может осуществляться путем использования местоимений we (мы) our (наш). Известная активистка Грета Тунберг, выступая с речью с целью привлечь внимание общественности к проблемам изменения климата, разделила всех людей на две общности: “we” – те, кто борется с экологическими проблемами (молодое поколение), и “you” – те, кто делает вид, что борется с экологическими проблемами (взрослое поколение):

“*You are failing us. But the young people are starting to understand your betrayal. The eyes of all future generations are upon you. And if you choose to fail us, I say: We will never forgive you*” [Thunberg, 2019].

«*Вы нас подводите. Но молодое поколение начинает осознавать ваше предательство. На вас смотрят будущие поколения. И если вы решите подвести нас, я заявляю: Мы вас никогда не простим*» [перевод Чепурная].

Таким образом, вовлеченность адресата в данный текст очевидна, более того, данный медиатекст можно назвать мультиадресованным, так как он апеллирует сразу к нескольким типам аудитории: тем, кто игнорирует проблемы окружающей среды, и к тем, кто присоединяется к Грете Тунберг.

Наряду с интегративной функцией Е.И. Шейгал выделила «инспиративную функцию» – воодушевление нации на новые свершения [Шейгал 2000]. Данная функция реализуется на основе имеющегося у нации опыта и служит источником положительных эмоций (радости, благодарности, счастья и других):

“*We will not let you get away with this. Right here, right now is where we draw the line. The world is waking up. And change is coming, whether you like it or not*” [Thunberg, 2019].

«Вам не уйти от ответственности. Прямо здесь и прямо сейчас мы положим этому конец. Мир просыпается. И грядут перемены, нравится вам это или нет».

Воодушевляющая речь о грядущих переменах дарит реципиенту надежду, что природные проблемы все же будут решаться и радость от возможности преодоления экологического кризиса вместе.

Однако названные функции медиадискурса, оказывая прямое влияние на массовое сознание, могут служить и для манипуляции им. Совокупность медиатекстов образует «медиареальность», которая может существенно отличаться от действительности. Достоверность передачи информации медиатекстом обуславливает выделение трех функций медиадискурса: «отражение объективной реальности», «искажение объективной реальности», «подмена объективной реальности» [Пром, 2019, 138].

В случае полного соответствия содержания медиатекста с реальностью выполняется функция отражения. Если адресат включает в повествование собственные интерпретации и оценки, то текст теряет объективность, таким образом, искажая реальность и реализуя одноименную функцию. Однако при отсутствии проверки фактов, поступающих по медиаканалам, есть вероятность подмены действительных сконструированными фактами, отвечающими интересам адресата (чаще в политических). Подмена объективной реальности используется только в целях манипуляции массовым сознанием.

Вместе с тем, медиатекст, созданный человеком, не может быть полностью лишен субъективности, поэтому отражение объективной реальности в медиaprостранстве практически не представляется возможным. Вследствие этого медиатекст считается полимотивированным – трактованным его автором с точки зрения его собственной версии реальности [Рогозина, 2010].

Особенность создания медиатекста путем медиации события обуславливает его множественную интерпретацию, то есть реципиент в зависимости от его опыта и знаний воспринимает текст по-своему. Таким образом, ввиду своих особенностей и свойств медийный дискурс исключает достижение «абсолютной истины» и отражение объективной реальности в медиатекстах.

Следовательно, медиадискурс осуществляется между адресантом и адресатом путем передачи текста по медиаканалам. Индивидуальность каждого из участников обуславливает функции медиадискурса на разных его этапах: создания – передачи – получения. Интерпретация описываемого события, как одна из ключевых особенностей медиадискурса, происходит как автором при создании текста, так и реципиентом при его получении. Разница в картинах мира отправителя и адресата может привести к искажению объективной реальности.

1.4 Язык медиатекста

Говоря о языке медиадискурса, следует понимать, что его можно рассматривать как язык медиадискурса отдельного языка (русского, английского, японского и других), так и как один общий язык медиа без дифференциации по родовым группам. Нами будут рассмотрены общие характеристики языка СМИ, а также некоторые особенности английского медиаязыка.

1.4.1 Языковые особенности медиатекста

Исследования специфики языка медийного дискурса принадлежат М.М. Бахтину [Бахтин, 1986], А. Беллу [Bell, 1998] Н.С. Валгиной [Валгина, 2003], В.В. Виноградову [Виноградов, 1980], Г.О. Винокуру [Винокур, 1991], Т. Ван Дейку [Van Dijk, 1998], Г. Керри [Currie, 2010], В.Г. Костомарову [Костомаров, 1999], М.Н. Кожиной [Кожина, 1993], У. Лабов [Labov, 1972], Дж. Элдриджу [Elridge, 1997] и другим. Исследуя стилистические особенности медиаязыка, В.Г. Костомаров выделил две характерные особенности такого языка «стандарт и экспрессию» [Костомаров, 1999]. Впоследствии эти особенности нашли отражение в функциях медиатекста – информационной и экспрессивной.

Повествование в медиатексте понимается не только как отдельный текст, но и процесс. Под процессом У. Лабов понимает включение в рассказ внесюжетных элементов, связанных с особенностями интерпретации текста рассказчиком и его восприятия аудиторией [Лабов, 1972]. Таким образом, языка медиатекста определяется особенностями сюжета, автора и реципиента.

В связи с набором определяющих факторов главным вопросом, связанным с особенностями языка медиа текста, является его объективность. А Белл заметил, что в случае с медиадискурсом «основные концептуальные вопросы – будет ли мнение автора успешно отражать реальность или, наоборот, фактически

послужит искажению того, что действительно имело место» [Bell, 1988, 106]. А. Баркер считает, что значение журналистов в обществе определяется тем, насколько удачно им удастся «обрамить» историю (framing) – чем больше реципиентов смогут ассоциировать себя с героем истории, тем успешнее журналист справляется с задачей [Barker, 1997].

Главной особенностью медиатекста является не просто трансляция информации по вербальным каналам, но ее выразительное и эмоциональное преподнесение, с целью привлечь внимание реципиента и охватить более широкую аудиторию. Журналисты могут перенимать настроение и выражения «новостного героя», описывая скандалы, ругань, терроризм, при этом автор может демонстрировать радость, грусть, отвращение и возмущение к описываемым событиям [Barker, 1997]. Таким образом, в медиаязыке сочетаются «стиль сообщения» и «стиль воздействия» [цит по О.В. Корецкая, 2016, 385]. Смешение разных стилей, свойственное языку СМИ, способствует формированию новых образов, которые, закрепляясь в глобальной картине мира, находят отражение в современном языке.

Экспрессивная функция языка медиадискурса обуславливает многообразие коннотативно окрашенной лексики, используемой автором медиатекста для выражения собственной оценки. Среди лексем данного пласта лексики обнаруживаются как литературные и поэтические, так и просторечные слова сниженного, разговорного стиля. О.В. Корецкая отмечает, что единицы с негативной коннотативной окраской превалируют над положительно окрашенными [Корецкая, 2016].

К сожалению, популяризация медиатекстов, зачастую содержащих лексику сниженного стиля, приводит к изменениям в языке. В.С. Джабраилова и М.П. Фомичева отмечают наличие негативных процессов в немецком языке, связанных с влиянием медиа [Джабраилова, Фомичева, 2019]. Вместе с тем интернет, являясь огромной социальной сетью, представляет собой широкое пространство для письменной речи. Так, электронная почта и социальные сети

зачастую используются вместо телефонного разговора, тем самым заменяя устную речь письменной цифровой коммуникацией.

В силу многообразия ситуаций общения в цифровой коммуникации, варьирующихся от простой переписки до серьезных научных и политических обменов информации, медиадискурс обладает различным жанровым спектром. Язык претерпевает изменения, необходимые для определенного жанра. «Таким образом, стилистические и коммуникативные нормы определяют выбор средств и их организацию в медиатексте». [Джабраилова, 2019, 60].

Исходя из этого, можно утверждать, что медиатекст появляется при необходимости автора сообщить информацию, а его язык отражает ситуацию общения. Смещение вектора в сторону стилистически бедных или богатых текстов отражает потребности общества и картину мира человека.

1.4.2 Языковые стратегии манипуляции сознанием реципиента в языке медиатекста

Информатизация практически каждого вида деятельности человека привела к тому, что интернет содержит в себе чрезмерное количество текстов, качественных и нет, в многообразии которых читатель может легко потеряться. Для того чтобы разобраться в бесконечном потоке информации, научиться работать с содержанием текста, человеку необходимо формировать в себе медиаграмотную личность.

Ранее отмечалось, что основная цель медиадискурса – воздействие на сознание реципиента. Чем ниже медиаграмотность человека, тем легче манипулировать его сознанием, и наоборот. О.А. Шевченко разграничивает понятия речевого воздействия и речевой манипуляции, обозначая последнюю как разновидность речевого воздействия, в которой происходит «агрессивное воздействие и навязывание авторской точки зрения» [Шевченко, 2015, 358].

Как отмечал А.Потебня, «понимание развивается не в авторе, а в адресате» [Потебня, 1989, 162], то есть реципиент, обладающий сознанием равным или

более широким, чем сознание автора, склонен к рефлексии и способен противостоять авторской манипуляции. В случае если адресат обладает «наивным» сознанием, точка зрения автора становится мнением реципиента, в ходе чего и происходит речевая манипуляция. Однако возможность оказать воздействие на человека существует только в том случае, если он испытывает потребность в информированности о событиях окружающего мира и происходящих изменениях, «витально значимых для него» [Олянич, 2007, 95]. Таким образом, манипулировать сознанием человека, не погруженного в медиадискурс по собственной инициативе, сложнее, нежели адресата, заинтересованного в развитии событий.

Использование определенных языковых стратегий с целью вызвать у реципиента необходимую реакцию именуется как «лингвистическая эмоциональная манипуляция» [Ромашина, 2015, 213]. Отношение реципиента к полученной информации есть заранее определенная автором цель – вызвать положительную или отрицательную реакцию. Путем воздействия на разум читателя автор оказывает влияние на бессознательную сферу адресата, его эмоции, тем самым побуждая к действию или бездействию.

Одним из аспектов манипуляции является содержательная сторона медиатекста. Е.С. Попова выделяет «намеренное искажение фактов окружающей действительности (дезинформация, отбор информации и пр.) и создание иллюзий и мифов» как характерные для медиатекста черты [Попова, 2002, 276].

Эмоциональная манипуляция может осуществляться на уровне самого текста, а также с помощью аудиальных и визуальных средств. На уровне текста манипуляция достигается путем включения в него оценочной лексики, метафор, речевых штампов, новых лексических единиц, многочисленных повторов, обращений и вводных слов. «Не менее эмоциональными в английском медиатексте являются словообразовательные неологизмы, блендинги и другие нетрадиционные способы образования новых слов, несущих яркую эмоциональную окраску, вызывающих у реципиента набор положительных эмоций» [Ромашина, 2015, 216].

О. В. Корецкая также отмечает частотность фразеологизмов в текстах медиадискурса. Лингвист считает, что использование устойчивых выражений сближает медиатекст с художественным стилем, придает ему особое поэтическое звучание, а включение фразеологических единиц сниженного стиля в текст СМИ добавляет «юмористический оттенок» [Корецкая, 2016, 388].

Несмотря на многообразие оценочных слов и речевых штампов в медиатексте, нельзя не отметить частотное употребление лексем заданной тематики, которые подтверждают отнесенность текста к заданной коммуникации (deforestation – обезлесение, climate change – климатические изменения, ozone layer depletion – истощение озонового слоя и другие).

Особенность медиадискурса мгновенно распространять информацию также способствует управлению сознанием человека. Одно и то же событие, трактованное оппозициями с удобной для каждой из них точки зрения, может неоднозначно восприниматься разной аудиторией.

Таким образом, язык наряду с другими невербальными стратегиями участвует в управлении сознанием реципиента. Наиболее успешно манипуляция осуществляется за счет лексического уровня языка, который предполагает использование в медиатексте определенных лексем.

1.4.3 «Новое слово» в медиадискурсе

Популяризация СМИ и их роли в жизни человека наряду с изменениями, происходящими в значимых для человека сферах жизни, обусловили изменения на лексическом уровне языка, номинированные как «неологический бум». Пополнение словарного запаса новыми лексемами есть одна из основных и константных особенностей любого языка, однако их многообразие и быстрое включение в общее употребление путем «перехода от периферии лексической системы к центру» обусловили появление большого количества неологизмов в разных областях [Маринова, 2003, 244].

Не существует точного определения термина «неологизм», однако в широком смысле неологизм трактуется как любое новое слово, появившееся в языке. Данный термин синонимичен с терминами «инновация», «новшество», «новообразование» [Шалина, 2007]. О.С. Ахманова определяет неологизм как «слово или оборот, созданные для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или для выражения нового понятия» [Ахманова, 1966, 253]. Т.В. Матвеева в «Полном словаре лингвистических терминов» также отмечает, что неологизм имеет временные ограничения, то есть слово, вводящее в язык ранее не существовавшие предметы или концепты, является новым, пока оно «ощущается» таковым [Матвеева, 231]. Войдя в общее употребление, лексическая единица перестает быть неологизмом.

Е.С. Бугрышева считает, что неологизмы могут образовываться «морфологическим, синтактико-морфологическим, семантико-морфологическим способами и семантической деривацией, основанной на метафоре» [Бугрышева, 2020]. В основе данной классификации лежит типологизация неологизмов Т.В. Жеребило, подразделявшей новые лексемы на «авторские или индивидуально-стилистические, лексические, семантические и собственно лексические неологизмы» [Жеребило, 2010].

Определение, предложенное В.Н. Ярцевой в «Словаре лингвистических терминов», на наш взгляд, является наиболее полным и удачным для нашего исследования: «слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определенный период в каком-либо языке или использованные 1 раз («окказиональные слова») в каком-либо тексте или акте речи» [Ярцева, 1994, 331].

Ю. Найда [Naida, 1964] обозначил стадии закрепления неологизма в языке, которые предполагают социализацию и лексикализацию: индивидуально-авторское слово должно быть подхвачено и зафиксировано в текстах СМИ, после неологизм входит в употребление широких масс и впоследствии закрепляется в языке – локализуется. Вследствие этого возникает вопрос об отнесенности окказионализмов к группе неологизмов: во-первых, слово, ставшее

частью медийного дискурса уже не может быть расценено как сугубо авторское – оно принадлежит всем участникам медиадискурса, во-вторых, неологизмы, образованные по существующим словообразовательным моделям, согласно Л.Б. Гацаловой [Гацалова, 2005], не позволяют причислить их к окказионализмам.

Изучение новой лексики, представленной в текстах различных дискурсов, а также в лексикографических изданиях позволило ученым сформировать новые подходы к анализу неологизмов, одним из которых является динамический подход [Крысин, 1989; Швейцер, 1995; Стернин, 1997], который впоследствии послужил основой для многих когнитивных и психолингвистических исследований новых лексических единиц. С.И. Тогоева отмечает, что возникновение лексики особо важно при изучении речемыслительного процесса – новое слово возникает в сознании человека как вариативная форма уже существующих словарных единиц, таким образом словотворчество способно отражать когнитивные изменения в сознании личности. Более того, реципиент, без затруднений интерпретирующий новую лексику, также свидетельствует о происходящих изменениях в своем сознании, и это позволяет утверждать, что неологизмы способны отражать изменения в коллективном сознании носителей одного языка [Тогоева, 2000].

Вследствие оперативности и разноплановости каналов СМИ, количество текстов, представленных в медиадискурсе чрезмерно высоко (информационная избыточность), однако именно большой информационный поток позволяет проследить, насколько прочно слово, употребленное автором, закрепилось в сознании реципиентов и вошло в обиход: было использовано реципиентом в собственных текстовых публикациях, комментариях, видео и других онлайн-платформах. Новейшие информационные технологии позволили создать «волонтерские онлайн-словари», ставшие существенно новым подходом в лексикографической практике [Избицкая, 2020, 6].

Изучение неологизмов возможно в трех аспектах, по мнению С.И. Тогоевой: статическом, кинематическом и динамическом [Тогоева, 2000, 81].

Статический аспект реализуется в рамках синхронического подхода – изучения лексической единицы, модели ее образования, семантических свойств как части современного языка без учета временного фактора. Под кинематическим аспектом ученый понимает диахронический подход – рассмотрение особенностей образования неологизма и его семантико-синтаксических отношений во временном аспекте. Схожий с кинематическим динамический подход изучает причинно-следственные связи, отношения и обусловленную ими активность отдельных участков языковой системы. Так, в массмедийном дискурсе особое место уделяется номинации человека как причины экологических проблем и как способа их решения, именно поэтому продуктивными являются модели образования существительных, обозначающих деятеля: “demitarian” (сокративший потребление мяса вполовину), “climatarian” (придерживающийся рациона, не наносящего вред экологии) , “warmist” (верящий в то, что проблема глобального потепления – следствие человеческой деятельности, “exemptionalist” (отрицающий наличие экологических проблем) и другие.

Таким образом, изучение неологизмов на современном этапе языкознания представляет интерес ученых не столько с точки зрения их словообразования, сколько когнитивный механизм появления и их функционирование в текстах. Вследствие того, что каналы медийного дискурса являются самыми распространенными, и их скорость существенно отличается от других способов передачи информации, неологизмы медиадискурса в наибольшей мере отражают как лексические изменения языка, так когнитивные процессы в сознании его участников.

1.4.4. Неологизмы как способ отражения экологической ситуации в медиадискурсе

Вторая половина XX века была охарактеризована как «экологический поворот», произошедший и в науке, и в человеческом сознании. Активный

интерес к обсуждаемым вопросам и проблемам экологии обусловил появление как самостоятельных дисциплин, так и новых направлений в политической, экономической и социальных сферах жизни. Актуальность экологических проблем приводит к изменению мышления человека – от антропоцентрического к экологическому, вследствие чего формируется экологическое сознание [Finke, 2001].

Господствующий долгое время антропоцентрический подход, в рамках которого человек мыслится как высший организм, сегодня допускает, что люди – часть природы и их существование без нее невозможно. Последствия экологических проблем, оказывающих непосредственное влияние на человека (ухудшение здоровья, условий проживания, аномальные природные явления и катастрофы, унесшие множество жизней), заставили его задуматься о собственной роли в этих проблемах и о возможных способах их решения. Особенно остро данная тема постулируется в заявлениях о гибели человечества вследствие экологических катастроф. Совокупность высказываний людей на тему экологии, а также многообразие текстов различных стилей, представленных в научных пособиях и журналах, газетах и других изданиях образует экологический дискурс.

Отражение в медиатекстах сложившейся экологической ситуации наиболее ярко реализуется на лексическом уровне. Неологизмы, представленные в массмедийном экологическом дискурсе, преимущественно подразделяются на две коннотативные группы: со знаком «+» (номинация новых экологических продуктов производства, людей, борющихся с проблемами экологии и другие) и со знаком «-» (номинация природных катаклизмов и катастроф, людей, наносящих вред окружающей среде и прочие), стилистически нейтральные лексемы практически отсутствуют. Такое разделение обусловлено тем, что человечество негласно разделилось на два лагеря: тех, кто верит в наличие экологических проблем и предпринимает действия для их решения, и тех, кто отрицает их существование или попросту пренебрегает данной информацией.

Неологизмы относят к средствам воздействия на когнитивное сознание в медийном дискурсе. Возникновение новых слов в медиадискурсе обусловлено как экстралингвистическими факторами – необходимостью отражения изменений в мире и их номинации, так и внутриязыковыми – «тенденциями к экономии, унификации и системности языковых средств, созданию стилистической и экспрессивно-эмоциональной выразительности» [Ерпилова, 2015, 49].

Широкое использование неологизмов в медиатексте отмечается вследствие их экспрессии – будучи новыми лексическими единицами, они не только служат номинацией новым понятиям, но и привлекают внимание реципиента своей новизной. Таким образом, можно заключить, что неологизмы выполняют сразу две функции в медиатексте – экспрессивную и номинативную.

Экспрессивная функция неологизмов реализуется не только благодаря их новизне, но и коннотативной окраске, приданной им автором неологизма. Лексическая единица приобретает положительную или отрицательную окраску в контексте употребления – статье, посвященной экологической проблеме загрязнения – или перенимает ее от слов, послуживших основой для образования неологизма:

Airpocalypse = air + apocalypse.

В образовании неологизма “airpocalypse” участвовали две лексемы “air”(воздух) и “apocalypse” (апокалипсис), первая из которых входит в концепт «экология»; вторая лексема, будучи негативно окрашенной, влияет на коннотацию образованного от нее неологизма:

- “Apocalypse – 1) the destruction of the world;
2) the end of the world, as described in the Bible;
3) a situation causing very serious damage and destruction”.

[Oxford Dictionary]

“Airpocalypse – extreme air pollution caused by a combination of smog, dust, and weather” [MacMillan]

Очевидно, что негативно окрашенные компоненты дефиниции “apocalypse” находят свое отражение в негативных единицах определения

неологизма “airpocalypse”: destruction (уничтожение), damage (вред), the end (конец) – pollution (загрязнение), very serious (очень серьезный) – extreme (чрезвычайный).

Образование неологизмов в медиадискурсе в большинстве случаев происходит по известным словообразовательным моделям, что помогает реципиенту понять значение нового слова. Неологизмы, образованные путем перехода из одного языка в другой – заимствования, не являются частотными в массмедийном дискурсе.

Таким образом, язык СМИ богат новыми лексическими единицами, которые используются автором для достижения главной цели – оказания воздействия на адресата. Неологизмы в медиатексте служат не только номинацией новых явлений, но и способом привлечения внимания реципиента.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 1

На основе проведенного исследования по вопросам отличительных особенностей массмедийного дискурса и функционирования неологизмов в медиатекстах можно сделать следующие выводы:

1. Массмедийный дискурс является новым типом дискурса, представленным многообразием медиатекстов, поступающих по особым медиаканалам: теле-, радио, интернет и другим. Широкий спектр каналов обуславливает информационную избыточность, которая требует от реципиента особых навыков работы с текстом – умения исключать ненужную информацию и формировать к ней собственное отношение, чтобы избежать манипуляций автора текста.

2. Многообразие типов медиадискурса обусловлено разными аспектами, взятыми за основу в их классификации. Медиадискурс может быть дифференцирован по жанровым особенностям, по тематической принадлежности, по социальной установке, по типу источника и другим. Характерной особенностью медиатекста является возможность принадлежности сразу к нескольким типам медиадискурса, вследствие чего наблюдается интеграция – взаимодействие разных типов дискурса.

3. Функциональный потенциал медиадискурса чрезвычайно высок: помимо его основных функций познания и воздействия, медиатекст может также выполнять гедонистическую, интегративную, инспиративную и гармонизирующие функции. При анализе текстов медиадискурса особое место отводится экспрессивной функции, наряду с другими служащей основной цели медиатекста – управления сознанием реципиента.

4. Широкий спектр функциональности медиатекста обуславливает многообразие его языковых особенностей и речевых стратегий, использованных в медиатекстах. Помимо ряда экстралингвистических факторов, оказывающих влияние на реципиента, можно выделить использование коннотативно окрашенной лексики (для реализации экспрессивной функции), речевых

штампов и метафор, пресуппозиций (с целью создать образное представление об описываемых событиях, но вместе с тем сделать текст простым для понимания), использование в текстах новой лексики, чтобы привлечь внимание читателя, отразить новизну события и добавить экспрессию.

5. Лексический уровень наиболее наглядно демонстрирует изменения, происходящие как в мире, так и в языке. Для номинации ранее не существовавших понятий и явлений авторы медиатекстов прибегают к использованию новой лексики – неологизмов. Скорость передачи по каналам медиадискурса и их многообразие позволяет проследить закрепление неологизма в языке. Изучение новой лексики в современном языкознании обращено не только к способам их образования, но и к когнитивным процессам, происходящим в сознании адресата и адресанта. Анализ данных процессов позволяет утверждать, что неологизмы способны своевременно отражать экологическую ситуацию и изменения в сознании людей, происходящие в связи с описываемыми событиями.

6. Экологическая ситуация последних десятилетий существенно ухудшилась, вследствие чего произошли изменения в сознании человека, а именно в системе его взаимоотношений с природой. Антропоцентрический подход, во главе которого находится человек, уступает место экологическому сознанию. Человек признает, что его жизнь невозможна без окружающей среды и он зависим от нее. Формированию экологического сознания способствовали многочисленные природные катаклизмы, болезни и другие факторы, негативно влияющие на людей. Именно поэтому неологизмы массмедийного экологического дискурса подразделяются преимущественно на лексемы с отрицательной коннотацией – описание негативной экологической ситуации – и лексические единицы с положительной окраской – номинация людей и их действий в поисках решений экологических проблем.

Исходя из данных выводов, можно заключить, что использование неологизмов в текстах СМИ является отличительной особенностью медиадискурса, а их анализ позволяет изучать изменения, происходящие как в

языке, так и в сознании людей. Таким образом, неологизмы способны репрезентировать экологические события, освещенные в медиатекстах, и в совокупности служить неологической репрезентацией концепта «экология».

Глава 2 СОВРЕМЕННЫЙ КОНЦЕПТ «ЭКОЛОГИЯ» И ФРЕЙМОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЕГО СОДЕРЖАНИЯ

Поступление информации к человеку об окружающем его мире происходит посредством двух миров: мира концептов и мира предметов и вещей. Однако мир концептов предоставляет для человека больше возможностей для удовлетворения его потребностей, чем мир вещей. Среди таких потребностей можно выделить интеллектуальные, духовные и социальные, которые впоследствии определяют успех человека в социуме. Полное понимание слова и умение им пользоваться помогает человеку правильно трактовать информацию о мире, так как именно слово является главным источником информации.

2.1. Концепт как лингвокогнитивная категория

Термин концепт используется в ряде наук, среди которых можно выделить когнитивную лингвистику, когнитивную семантику, психолингвистику, культурологию, литературоведение, философию и другие области, изучающие взаимосвязь языка и мышления человека. Во всех этих науках концепт принято рассматривать как дискретную единицу ментального уровня, репрезентирующуюся с помощью различных языковых средств [Петрова, 2019].

В зависимости от содержания науки выделяют различные подходы к пониманию концепта: культурологический (В.И. Карасик [Карасик, 2002], В.В. Колесов [Колесов, 2012], Ю.С. Степанов [Степанов, 2001]), психолингвистический (А.А. Залевская [Залевская, 2000], В.А. Пищальникова [Пищальникова, 2007]) и лингвокогнитивный (Е.С. Кубрякова [Кубрякова, 1991], Д.С. Лихачев [Лихачев, 1997]).

Наиболее значимым для нашего исследования является лингвокогнитивный подход, в рамках которого концепт понимается как мыслительная единица, тип ментальной репрезентации. Е.С. Кубрякова определила концепт как «единицу

ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека. Понятие концепта отвечает представлению о тех смыслах, которыми оперирует человек в процессах мышления и которые отражают содержание опыта и знания, содержание результатов всей человеческой деятельности и процессов познания мира в виде неких «квантов» знания» [Кубрякова, 1991, 90].

Вслед за Е.С. Кубряковой З.Д. Попова и И.А. Стернин понимают концепт как глобальную мыслительную единицу, представляющую квант структурированного знания [Попова, Стернин, 2007]. В концепт, по мнению ученых, входят не только знания человека об объектах, но и его мыслительные образы и представления.

Определение концепта является одной из наиболее актуальных проблем когнитивной лингвистики ввиду многообразия подходов к его изучению и сложности определения его границ. Достаточно подробно сущность концепта описал Д.С. Лихачев, обозначив концепт «алгебраическим выражением» (вербальным представлением концепта), «значение концепта» (содержание) совокупность знаний, которую невозможно охватить сознанием одного человека, «индивидуально-личностный фактор» – возрастные, социальные, профессиональные и другие особенности человека, накладывающиеся на значение концепта [Лихачев, 1997, 287].

Описание концепта, предложенное Д.С. Лихачевым, позволяет утверждать, что концепт не существует без человека, но при этом не принадлежит ему. Г.А. Крюкова выделяет три компонента концепта, реализующиеся в сознании человека: «понятийный, образный, ценностный». Понятийный компонент связан с вербальным оформлением концепта и его вербальной закрепленностью в сознании человека. Данный компонент постоянен и не подлежит интерпретации при изучении концепта. Под образным компонентом ученый понимает эмоционально-чувственное и образно-метафорическое содержание концепта – данный компонент предполагает интерпретацию ассоциаций и представлений концепта в сознании человека. Ценностную характеристику концепта можно

обнаружить в его ценностном компоненте – отношении человека к факту культуры, которое может быть закреплено не только в сознании человека, но и в словарных статьях с помощью особенных помет: выс., сниж., груб. – отражающиеся в сознании как «хорошо», «плохо», «интересно» и другими возможными оценками [Крюкова, 2008].

С одной стороны, сознание отдельного человека ограничивает концепт, делая его индивидуальным, с другой стороны, концепт не может принадлежать одному индивиду, он принадлежит коллективному сознанию, делая его общим для носителей одного языка и культуры. Однако именно уникальность индивидуальных концептов в их совокупности позволяет получить наиболее полное содержание концепта. Именно поэтому в нашем исследовании мы опираемся на концепт больше как на ментальное образование, чем культурное – на лингвокогнитивный подход.

Согласно когнитивному подходу, связь самого концепта с языковым знаком необязательна, так как структура концепта рассматривается отечественными когнитологами как единица мышления, и главным для них представляется доступ к сознанию человека. Однако зарубежные лингвокогнитологи считают языковую репрезентацию концепта необходимой. Знак равенства между языковой единицей и концептом ставит американский лингвист Р. Джекедофф. По мнению ученого, концептуальная и семантическая структуры тождественны и не существует ярко выраженной разницы между языковыми и энциклопедическими знаниями в структуре концепта [Jackendoff, 1994].

Согласно концепции Р. Лангакера, языковой репрезентации концепта соответствует когнитивная область, сфера или контекст, именуемая ученым как “cognitive domain”. Значение слова соотносимо с определенной когнитивной областью, обеспечивающей понимание этого значения. По Р.Лангакеру, значение есть энциклопедическая сущность, включающая в себя языковые и неязыковые знания [Langacker, 1991].

Схожей с представлением концепта Р. Лангакером является теория Дж. Лакоффа. Американский лингвист представляет концепт как мыслительное пространство – определенная мыслительная область, «область концептуализации, которая может охватывать наше понимание реальных ситуаций, прошлого и будущего, гипотетические ситуации и ситуации возможных миров, абстрактные категории» [цит. по: Болдырев, 31]. Вследствие обширной области концепта, наиболее сложным представляется структурирование знаний внутри этого концепта. Настоящая область представляется открытой для исследования, однако на сегодняшний день существует несколько моделей представления знаний: образные схемы, сценарии, скрипты, таксономии и другие [Виноградова, 18].

Таким образом, концепт в когнитивной лингвистике понимается как мыслительная единица, содержащая структурированное знание и меняющаяся в зависимости от особенностей мышления человека.

2.2 Признаки и свойства концептов

Структура концепта так же, как и его определение, рассматривается учеными по-разному. Общим представлением является выделение в структуре концепта этимологического и актуального слоев [Степанов, 2001], ядра и периферии. Следует отметить, что четкой границы между ядром и периферией в концепте не существует. Согласно С.Г. Тер-Минасовой, в содержании концепта можно выделить элементы, относящиеся к строению понятия, а также элементы существующих ассоциаций [Тер-Минасова, 2008].

Структура концепта предполагает наличие в нем ядра, сформированного из ассоциаций носителей определенного языка, а также периферии, представляющей собой менее важную и значимую составляющую [Козько, 2012].

Согласно Ю.С. Степанову, концепт обладает комплексной трехслойной структурой, характеризующейся наличием признаков, и формой. Так, первый

слой концепта представляет собой основной, актуальный признак, отвечающий настоящему времени. Под вторым слоем подразумевается дополнительный, «пассивный признак», не являющийся актуальным, а охарактеризованный как исторический. В рамках третьего слоя рассматривается внутренняя форма концепта, не осознаваемая людьми и запечатленная в форме самого слова [Степанов, 2001].

Другим подходом к изучению сущности концепта является представление концепта в виде круга В.И. Карасиком и Г.Г. Слышкиным. Внутри круга находятся ядро, приядерная зона и периферия [Карасик, Слышкин, 2001]. Отчетливость представления признака носителем языка определяет его местоположение в структуре концепта. «Описание концепта производится как перечисление признаков по мере уменьшения яркости от ядра к периферии» [Самситова, 2015, 1373]. В. И. Карасик и Г. Г. Слышкин считают, что концепт образуется «вокруг ценностно подчеркиваемой точки сознания, вокруг которой находятся воображаемые векторы» [Карасик, Слышкин, 2001, 77]. Ядро концепта составляют самые значимые векторы, а менее важные образуют его периферию. Чем больше расстояние от ядра, тем менее яркой становится ассоциация. С увеличением расстояния от ядра ассоциации становятся менее яркими. Номинация концепта происходит посредством определения центральной точки или ядра концепта с помощью единицы языка или речи.

Таким образом, концепт – многослойная ментальная репрезентация, которая, с одной стороны, ограничивается индивидуальными особенностями носителя, а с другой – возможной сферой его употребления – дискурсом.

Многие ученые подразделяют концепт на три составляющие, выделяя в нем следующие компоненты: «образно-перцептивный, понятийный и ценностный» [Карасик, 187]. Похожую структуру концепта предлагает С.Г. Воркачев, отмечая также наличие в нем трех составляющих: понятийной, отражающей признаковую и дефиниционную структуру концепта; образной, фиксирующей когнитивные метафоры, которые поддерживают концепт в языковом сознании; значимостной, включающей этимологию и ассоциации

имени и характеризующей место имени концепта в языковой системе [Воркачев, 2003].

З.Д. Попова и И.А. Стернин в качестве структурирования концепта используют полевой принцип, согласно которому концепты включают чувственный образ, информационное содержание и интерпретационное поле. С помощью чувственного образа происходит кодирование концепта, вследствие которого формируется единица предметного кода. Чувственному образу свойственен нейролингвистический характер, который фиксируется в «лексикографическом (дефиниционном) значении слов, в психоллингвистическом значении в ходе экспериментов, в когнитивной невербализуемой составляющей концепта» [Попова, Стернин, 2007, 75]. Чувственный образ достигается путем совокупности перцептивных когнитивных признаков с образными признаками, сформированными на основе метафорического осмысления концепта. Например, в рамках концепта «экология» к перцептивным признакам будут относиться тактильные: ощущаемая человеком температура (жара, холод), сырость (дождь, влага); зрительные: солнце светит, идет снег, сверкает молния; звуковые: гром гремит, вулкан извергается – и другие. С помощью метафорического или когнитивного образа происходит отсылка абстрактного концепта к материальному миру. Например, концепт «экология» концептуализируется через метафору «чистота»: экология в природе, экология в стране, экология поведения, экология речи. «Загрязнить» можно не только окружающую среду, но также и душу, мысли, жилище. Экология представляется нормой, которая достигается путем очищения от «мусора».

В информационном содержании обнаруживается «минимум когнитивных признаков, определяющих основные, наиболее важные отличительные черты концептуализируемого предмета или явления» [Попова, Стернин, 2007, 76]. Такие признаки являются наиболее существенными и характеризуют отличительные черты концепта. Так, среди информационных компонентов концепта «экология» обнаруживаются следующие: наука, окружающая среда, живые организмы, загрязнение. Наконец, на периферии находится

интерпретационное поле концепта, содержащее оценки и трактовки содержания ядра концепта национальным, групповым или индивидуальным сознанием. Несмотря на то, что интерпретационное поле является наименее структурированной частью концепта, оно одновременно представляется наиболее полной его частью, так как включает в себя все признаки этого концепта.

Совокупность когнитивных признаков концепта образует его содержание. Настоящие признаки представляют различные типы значений, а также являются точкой пересечения разных картин мира: научной, художественной, публицистической и других. Согласно Ю.Е. Прохорову, признаки концепта образуют свертхтекст – «текст под которым мы понимаем совокупность правил лингвистической и экстралингвистической организации содержания коммуникации представителей лингвокультурной общности» [Прохоров, 2011, 149]. Подобный текст не имеет границ и постоянства, так как набор когнитивных признаков в концепте постоянно варьируется.

Упорядочить когнитивные признаки в структуре концепта можно по степени яркости в сознании и их носителей на основе полевого признака. Когнитивный признак отражает «категоризацию действительности». Категоризация есть «осмысление объектов и явлений действительности в рамках категорий – обобщенных понятий. Осуществляя категоризацию действительности, сознание человека сводит бесконечное разнообразие своих ощущений и объективное многообразие форм материи и форм ее движения в определенные рубрики, то есть классифицирует их и подводит под такие объединения – классы, разряды, группировки, множества, категории» [Попова, Стернин, 2007, 77]. Непрерывное осмысление действительности сознанием человека разделяет ее отдельные части по категориям, при этом находит общее между частями и выделяет особенное, отличающее эту часть от других. Процесс поиска общего между фрагментами приводит к выявлению обобщающего понятия, которое, в свою очередь, зачастую закрепляется словом.

Настоящий когнитивный процесс представляет собой категоризацию действительности.

Многообразие когнитивных признаков позволяет ученым-когнитологам предлагать различные классификации, базирующиеся на различных принципах. З.Д. Попова и И.А. Стернин подразделяют когнитивные признаки на классификационные и дифференциальные, где под когнитивным дифференциальным признаком понимается «отдельный признак объекта, осознанный человеком и отображенный в структуре соответствующего концепта как отдельный элемент его содержания» [Попова, Стернин, 2007, 77]. Когнитивные классификационные признаки представляют собой компоненты категоризации конкретного объекта или явления, а также отвечают за обобщение однородных дифференциальных когнитивных признаков внутри концепта. Такие признаки можно выделить у целого ряда или группы концептов. На основе классификационных признаков концепты можно упорядочить и объединить их группы в единую концептосферу.

Д.С. Лихачев полагает, что концепт есть точка пересечения словарного значения с личным опытом человека. На основе этого он подразделяет все признаки на две группы: общие существенные признаки и признаки, делающие это понятие «значимым для культуры (этимология, современные ассоциации, оценки)» [Лихачев, 1997, 282].

С.А. Аскольдов выделяет две группы концептов: познавательную и художественную. Под познавательным концептом ученые понимают «мысленное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода» [Аскольдов, 1997, 270]. Такой концепт является схематичным и лишен конкретных деталей. В рамках художественного концепта находится совокупность «сочетание понятий, представлений, чувств, эмоций, иногда даже волевых представлений» [Аскольдов, 1997, 274]. Ученый отмечает, что структура познавательного концепта базируется на реальной действительности и

логических законах, в то время как структура художественного – на ассоциативности.

Большинство теорий представляют концепт как структурированное образование. Американские ученые С. Лоренс и Э. Марголис предлагают две существенно различные модели. Первая модель получила название «Модель Сдерживания» (Containment Model). Согласно этой модели, концепт есть структурное единство, состоящее из других концептов. Так, концепт С может состоять из концептов Х, Y и Z. В таком случае, появление концепта С будет влечь за собой обязательное появление концептов Х, Y и Z, так как они содержатся внутри С. Кроме того, концепт С не может существовать без любого из элементов Х, Y и Z. Например, предложение «Тони уронил аккордеон» не может существовать без элемента «аккордеон» [Лоренс, Марголис, 1999].

Вторая модель, названная учеными как «Модель Выведения» (Inferential Model), существенно отличается от первой. Согласно этой модели, концепт – это структурированное образование, состоящее из других концептов, в случае, если он находится в привилегированных отношениях с другими концептами, чаще всего в отношениях вывода, умозаключения. В этой модели, даже если Х, Y и Z являются компонентами структуры С, С все еще может появляться, не требуя появления Х, Y и Z. Например, «красный» может иметь структуру, подразумевающую «цвет», но согласно Модели Выведения, концепт «красный» можно понять, не прибегая к концепту «цвет». В большинстве случаев можно получить определенные диспозиции, соединив «красный» и «цвет», например, вывести Х (цвет) из Х (красный) [Лоренс, Марголис, 1999].

Таким образом, структура концепта предполагает наличие в нем когнитивных признаков или элементов, которые в свою очередь, можно разделить на классификационные и дифференциальные, познавательные и художественные. На основе отношений между этими признаками были выделены модели концептов.

2.3. Понятие концептосферы

Возникновение понятия «концептосфера» связано с необходимостью обозначить направление изучения языка с точки зрения процесса концептуализации. Будучи глобальным понятием, концептосфера является многосторонним феноменом в современной науке. В лингвистике настоящий термин трактуется по-разному. Принято считать, что в отечественной лингвистике термин «концептосфера» был впервые употреблен Д.С. Лихачевым [Лихачев, 1997]. Ученый обозначил ее как “*catalogue raisonne*”, подразумевая под этим все умственное богатство нации, «живое духовно насыщенное пространство языка, непосредственно связанного со всем культурным опытом его носителей» [Лихачёв, 1997, 14]. Наиболее существенным признаком концептосферы, по мнению Д.С. Лихачева, является тесная связь языка и культуры, а именно зависимость богатства культуры нации: литературы, фольклора, науки, изобразительного искусства – от богатства концептосферы национального языка. Ученый также выделяет ее соотнесенность с историей и религией нации [Лихачев, 1997].

Концепт является единицей индивидуальной концептосферы, которая не только связана с концептосферой нации, но и является ее частью [Мацкевич, 2014]. Все чаще термин «концептосфера» употребляется в значении национальной концептосферы. Вся культура может быть представлена как набор концептов, согласно которому картина мира отдельной личности включает несколько «соседствующих» концептосфер, которые постоянно находятся во взаимодействии друг с другом. Примечательно, что уникальной можно назвать лишь индивидуальную концептосферу, несмотря на ее неразрывную связь с национально-культурно-языковой. В рамках концептосферы национального языка могут быть выявлены особенности культуры нации, ее нравственные законы, этические традиции, отношение к другим народам, веротерпимость, духовные запросы, понятие правды и чести и другие [Флат, 2014].

Д.С. Лихачев среди важных характеристик концептосферы отметил такие, как «подвижность и изменчивость», подразумевая, что концептосфера не есть статичное явление, она может изменяться в соответствии с изменениями культуры, ее обогащение или истощение напрямую связано с расцветом или упадком культуры соответственно [Лихачев, 1997]. Вследствие необязательной устойчивости концептосферы, она не является застывшей семиотической системой, но, напротив, непрерывно изменяется во времени и пространстве той или иной культуры [Флат, 2014].

Концептосфера формируется на основе культуры, литературы, религии, науки, фольклора и исторического опыта нации. Являясь основополагающей концептосферы, концепт может быть воплощен как внутри всей нации, так и в каждой отдельной личности. Согласно Х.М. Кадачиевой, концептосфера является терминологически закрепленным «объемным» видением языкового явления [Кадачиева, 2015]. Различные подходы к определению концептосферы сходятся в том, что она является упорядоченной системой ряда концептов, которые могут выражаться как представления, понятия, мыслительные картинки, схемы, гештальты, фреймы, сценарии. Как и большинство ученых, А.Н. Приходько, определяя концептосферу, отмечает наличие в ней характерных принципов «системности, множественности, целостности и структурированности» [Приходько, 2013, 172].

Терминологически понятие «концептосфера» не является закрепленным. Совокупность концептов Ю.С. Степанов и В.П. Нерознак называют «концептуальной областью» [Нерознак, 1998], тогда как Р.Й. Павиленис обозначил ее как «концептуальную систему» [Павиленис, 1983]. По мнению Е.С. Кубряковой, «концептуальная система» представляет собой ментальный уровень или ментальную организацию, в которой все существующие в сознании человека концепты упорядоченно объединены [Кубрякова, 1991]. Термин «концептуальная структура», использованный Е.В. Лукашевичем, рассматривается ученым как результат познавательной деятельности, то есть «встраивания новой информации в концептуальную систему индивида»

[Лукашевич, 2003, 12]. Согласно З.Д. Поповой и И.А. Стернину, познавательная деятельность – это источник образования концептов, а «концептосфера – область мыслительных образов и единиц, представляющих собой структурированное знание людей» [Попова, 2002, 18].

В.И. Убийко обозначила, что концептосфера может подразделяться на виды в соответствии с изучаемым аспектом. Среди таких аспектов ученый выделила:

1. Эстетический аспект, на основе которого формируется художественная концептосфера, содержащая в себе концептосферы отдельных авторов, произведений, художественных направлений.

2. Онтологический аспект, образуемый посредством упорядоченной совокупности концептов в сознании носителей языка и реализуемый в рамках национальной концептосферы. Онтологический аспект рассматривается как показатель «культуры нации, ее нравственных законов, этических традиций в отношении других народов, веротерпимости, духовных запросов, понятии правды и истины, чести и бесчестия, жизни и смерти, материальных и духовных ценностей» [Убийко, 2004, 37].

3. Гносеологический аспект, реализующийся в концептосфере языка – отраженной в семантике языка совокупности объединенных концептов.

4. Лингвосоциопсихологический аспект, в рамках которого изучается личностная концептосфера, образованная «на основе объективно существующей концептосферы этноса: в сознании отдельного человека они субъективно преломлены, количество и качество зависят от интеллекта, ценностных ориентиров, образованности и социального статуса» [Убийко, 37].

5. Социальный аспект, на основе которого происходит разграничение групповых концептосфер на политические, профессиональные, гендерные, возрастные и другие концептосферы.

Х.М. Кадачиева и Д.С. Алиева справедливо замечают, что, анализируя понятие «концептосфера», можно проследить его взаимосвязь с понятием «картина мира», или «концептуальная картина мира».

Впервые термин «картина мира» был использован учеными-физиками в отношении физической картины мира. Введя данный термин, Герман Герц применял его для описания «внутреннего образа внешних предметов» [цит. по: Сальникова, 20]. Позже «картина мира» появится в работах таких философов, как Л.Витгенштейн [Витгенштейн, 1958], К.Ясперс [Ясперс, 1994], М. Хайдеггер [Хайдеггер, 1991] и других. В понимании названных ученых картина мира представляется не как ее изображение, а как отражение нашего восприятия действительности. Общим в представлении философов и физиков является причинно-следственная связь в описываемых понятиях, то есть внутренняя составляющая обуславливает внешний облик как предмета, так и всего мира.

Взаимосвязь картины мира и языка впервые отметил Л. Вайсгербер [Weisgerber, 1962], утверждая, что использование одного языка объединяет людей в общность, которая одинаково преобразует действительность в некий «образ мира». Под данным образом мира ученый подразумевал «языковую картину мира» (ЯКМ). Более основательно с ЯКМ работал Ю.Н. Караулов, занимавшийся принципом составления идеографических словарей на основе тезауруса языка [Караулов, 1987].

Пристальный интерес к ЯКМ обусловлен тем, что в многообразии информации, получаемой человеком в повседневной жизни, необходима систематизация, которая служит людям ориентиром в мире. Формируя «отношение человека к окружающей действительности – природе, другим людям, самому себе как части этой действительности, задает пространственно-временные и аксиологические ориентиры (нормы поведения)» [Боброва, 2017, 21]. Таким образом, языковая картина мира есть организация жизни и ее восприятия человеком.

Многообразие получаемой информации систематизируется с помощью концептов, ведь ЯКМ является частью «концептуального мира человека, который имеет привязку к языку и преломлен через языковые формы» [Чжуан Шэни, 2014, 189]. Вследствие этого ЯКМ в некоторых источниках номинируется как «концептуальная картина мира».

Однако некоторые ученые видят различия между языковой и концептуальной картинами мира, отмечая, что концептуальная картина мира более подвижна вследствие того, что отражает «результат познавательной и социальной деятельности человека» [Бердникова, 2010, 272], в то время как ЯКМ более статична, ведь она на долгое время сохраняет закрепленные в языке представления о мире.

Кроме того, в ЯКМ присутствует элемент субъективности – восприятие действительности в сознании конкретного человека, поэтому ЯКМ людей, говорящих на разных языках отличаются друг от друга. Однако нельзя утверждать, что ЯКМ не имеет взаимосвязи с понятийной картиной мира, ведь первая формируется на основе последней.

Согласно С.И. Драчевой, концептуальная картина мира вследствие единых способов познания мира будет схожей для большинства наций [Драчева, 1997]. Концепты, совпадающие в картинах мира разных народов, именуется ядерными (концепт «дом», концепт «одиночество», концепт «экология»). Но вместе с тем отмечается наличие национальной специфики в культурологических компонентах концепта (на их периферии). Названная специфика обусловлена разной деятельностью людей, а также географическим, культурологическим и другими аспектами, вследствие которых появляются определенные концепты, входящие в культуру нации. В совокупности такие концепты образуют особенности менталитета.

Таким образом, ЯКМ служит «концептуализацией мира языком» [Бердникова, 2010, 275] и, благодаря культурно-национальным особенностям носителя языка, отражением его восприятия мира.

2.4 Содержание концепта «экология»

Роль концепта «экология» для современного общества обуславливается его местом в ряду других общественно-значимых концептов. «Слово “ecology” входит в число 10 000 самых частотных слов английского языка, причём его

частотность начала расти с 1928 года, но особенно резко – с 1967 года (по данным словаря Collins COBUILD) [Цит. по Петрова Е.Е., 66]. С одной стороны, такая частотность обусловлена многообразием дефиниций лексемы “ecology”:

1. “A branch of science concerned with the interrelationship of organisms and their environments (отрасль науки, изучающая взаимоотношения организмов и их окружающей среды).

2. The totality or pattern of relations between organisms and their environment (совокупность или структура отношений между организмами и их окружающей средой).

3. Human e.: a branch of sociology dealing especially with the spatial and temporal interrelationships between humans and their economic, social, and political organization (экология человека: отрасль социологии, занимающаяся в особенности пространственными и временными взаимоотношениями между людьми и их экономической, социальной и политической организацией).

4. Environment e.: the complex of physical, chemical, and biotic factors (such as climate, soil, and living things) that act upon an organism or an ecological community and ultimately determine its form and survival”; (экология окружающей среды: комплекс физических, химических и биотических факторов (таких как климат, почва и живые существа), которые воздействуют на организм или экологическое сообщество и в конечном счете определяют его форму и выживание [Merriam Webster Dict.].

Изучение организмов и их взаимоотношения с окружающей средой – широко известное и давно укоренившееся значение слова «экология». Первенство этого значения объясняется также и расположением в списке дефиниций (1 и 2 позиции). Однако в современном мире термин «экология» используется также и для определения человеческих взаимоотношений, и для отражения текущей ситуации в окружающей среде. Вследствие высокого внимания к природным проблемам, последнее значение все чаще используется авторами высказываний при употреблении слова «экология». Е.Е. Петрова отмечает, что расширение значения «экология» происходило в несколько этапов,

на каждый из которых оказывали влияние экстралингвистические факторы. Так, ученая отмечает, что «экология приобрела особое значение как научная основа рационального природопользования и охраны окружающей среды, а сам термин стал употребляться в более широком смысле» [Петрова, 67], чему предшествовало признание экологической проблемы глобальной проблемой человечества. Таким образом, термин экология все чаще употребляется в значении «охрана, защита окружающей среды» и реже в значении «наука о взаимодействии живых организмов».

Изучением экологических проблем занимались такие ученые, как И.О. Краснова [2005], Б.М. Миркин, Л.Г. Наумова [2010], Е.Г. Пармонов [2010], А.А. Фролова, Т.Ю. Теплякова [2014]. Согласно И.О. Красновой, основные причины этих проблем связаны с процессами развития общества, а значит, с человеком в целом. Исследователь отмечает, что на экологию влияет «рост народонаселения, урбанизация, рост промышленного производства» [Краснова, 2005, 131]. Несмотря на то, что природа обладает свойством саморегенерации, быстрые темпы названных процессов препятствуют восстановлению окружающей среды, вследствие чего возникают экологические проблемы.

С течением времени концепт «экология» «приобрел антропоцентрический характер» [Петрова, 2019, 67]. Главенствующее положение человека обусловлено его доминирующим влиянием на экологическую ситуацию. Вместе с тем человек, будучи причиной экологических проблем, одновременно является и способом их решения: в результате негативного влияния экологической ситуации люди предпринимают попытки справиться с глобальной катастрофой и защитить окружающую среду. Таким образом, современный концепт экология базируются на следующей цепочке: человек (причина) – окружающая среда – человек (способ решения).

Концептосфера «экология» состоит из ряда базисных концептов окружающей среды: «вода», «атмосфера», «животные», «природа» и другие. Человек, объединяя данные составляющие в своем сознании, вкладывает в

концепт «экология» «все свое восприятие, познание и реакцию на мир, связанные непосредственно с окружающей средой» [Парахина, 2018, 131].

Реакция человека есть третье звено в выделенной выше цепочке. Оно включает в себя не только попытки решить экологические проблемы, но и отражает их отношение к существующим проблемам (принятие/отрицание), а также ко всем, кто оказывает негативное воздействие на окружающий мир (поддержка/осуждение). Таким образом, в современном концепте «экология» главенствующее положение занимают экологические проблемы и роль человека в них.

Однако термин «экология» выходит за рамки экологического концепта и реализуется в ряде других. При диахроническом рассмотрении лексемы «экология» можно выяснить, что сфера ее употребления расширилась вследствие приобретенного значения ее деривата “ecological”: “interested in preserving the environment” – заинтересованный в сохранении окружающей среды [LDOCE]. Компонент дефиниции “preserving” придает лексической единице положительную окраску, таким образом, наделяя термин «экологический» положительной коннотацией.

Активное использование лексемы в таком значении привело к расширению сферы ее употребления и значения соответственно. На сегодняшний день термины «экология» и «экологический» встречаются также в областях, не имеющих отношения к окружающей среде: экология культуры, экология языка, экология книги и другие. Данное расширение привело к увеличению периферии концепта «экология», который в нашем исследовании представляется в виде следующей схемы:



Рисунок 1 «Концепт «экология»

Таким образом, на основе словарных дефиниций можно представить основные области, составляющие концепт «экология», каждая из которых подразделяется на множество разделов и аспектов, закрепленных в сознании человека в виде отдельных структур.

2.5 Фрейм как способ представления знаний в концепте

Представления и знания о мире, получаемые человеком, составляют концептуальную систему, картину мира, и являются образом окружающей действительности. Многообразие этих знаний не существует в сознании человека хаотично, а структурируется по определенным моделям: схемам, образам, скриптам, гештальт-структурам, сценариям, планам и другим.

Впервые данные модели были использованы ученым М.Минским для структурирования знаний в области искусственного интеллекта, однако впоследствии они стали применяться и в когнитивной лингвистике в отношении человеческого разума.

Некоторыми учеными данные модели рассматриваются как разновидности концептов. Так А.П. Бабушкин, взяв за основу родовидовые отношения, предлагает классифицировать концепты на «мыслительные картинки, схемы, гиперонимы, фреймы, инсайты, сценарии, калейдоскопические концепты» [Бабушкин, 1996]. Схожая классификация обнаруживается у З.Д. Поповой и И.А.

Стернина, выделяющих схемы, понятия, фреймы, сценарии (скрипты), гештальты и представления [Попова, Стернин, 2007].

Однако другие ученые разграничивают понятия фрейм и концепт, отмечая, что фрейм не тождественен концепту. Ч. Филмор определил фрейм как «конкретные унифицированные структуры знаний, последовательную схематизацию опыта» [Филмор, 1985, 223, (пер. здесь и далее наш – М.Ч.)]. Такое понимание фрейма стало основой для созданной Ч. Филмором фреймовой семантики, позволяющей изучать взаимосвязь языкового значения со структурой знания.

Модель представления знаний базируется на лингвокогнитивном подходе к определению концепта, что обуславливает отнесение фрейма к ряду когнитивных структур. Фрейм базируется на «вероятностных знаниях о типичных ситуациях и ожидаемой реакции на эти ситуации» [Макеева, 2018, 122]. Следовательно, модель фрейма есть отражение действительности в совокупности с многообразием возможных восприятий человеком этой действительности. Именно поэтому фрейм нередко рассматривается в совокупности с другой моделью представления знаний – сценарием.

Динамичность фрейма вследствие представления восприятия ситуации обуславливает взаимосвязь фрейма со сценарием. Ученые-когнитивисты отождествляют фрейм-сценарий и сценарий, относя обе модели к динамическим структурам. «Динамические когнитивные структуры представляют события, протекающие во времени и пространстве, где одна сцена следует за другой и все они связаны каузальными связями» [Полатовская, 2013, 106]. Различие между фреймовым сценарием и обычным сценарием выявляется на основе привязанности первого к определенной ситуации.

У. Эко трактует фреймы как представления «энциклопедического знания о ситуации и в особой структуре ассоциативно связанных между собой семных компонентов» [Эко, 2005, 12]. Таким образом, фрейм-сценарий есть совокупность заданной ситуации с многообразием возможных ассоциаций, в той или иной степени связанных друг с другом.

Подобно концепту, фрейм состоит из ядра (темы, заданной ситуации) и слотов (графов), являющихся когнитивными компонентами возможных ассоциаций. Все слоты равноудалены от ядра фрейма, то есть «все концепты-признаки, формирующие понятия равнозначны» [Ивашкевич, 2011, 79], выбор и соотносительность слотов с ядром определяется человеческой мыслью, согласно заданным условиям экстралингвистического концепта.

Принято считать, что слот представляет собой вербальную репрезентацию концепта, который стоит за ним. Иерархически образованная структура слотов образует концепт. Таким образом, фрейм, являясь вершиной иерархической структуры, включает в себя ряд составляющих его концептов, в то же время представляя знания внутри заданного концепта. Исходя из этого, невозможно обозначить родовидовые отношения фрейма и концепта.

Графическое представление фрейма – сеть узлов разных уровней, организованных иерархически. Верхние узлы – понятия, типичные (справедливые) для заданной ситуации, например, название экологической проблемы (загрязнение воды). На нижнем уровне располагаются узлы, именуемые терминалами и заполняемые возможными ситуациями в зависимости от конкретной ситуации [Лыткина, Селезнева, 2011]. Так, фрейм «загрязнение воды» может быть развернут с точки зрения агента загрязнения, последствий загрязнения, способов борьбы с этой проблемой и другими. Развертывание фрейма происходит в сознании человека в соответствии с заданной целью:

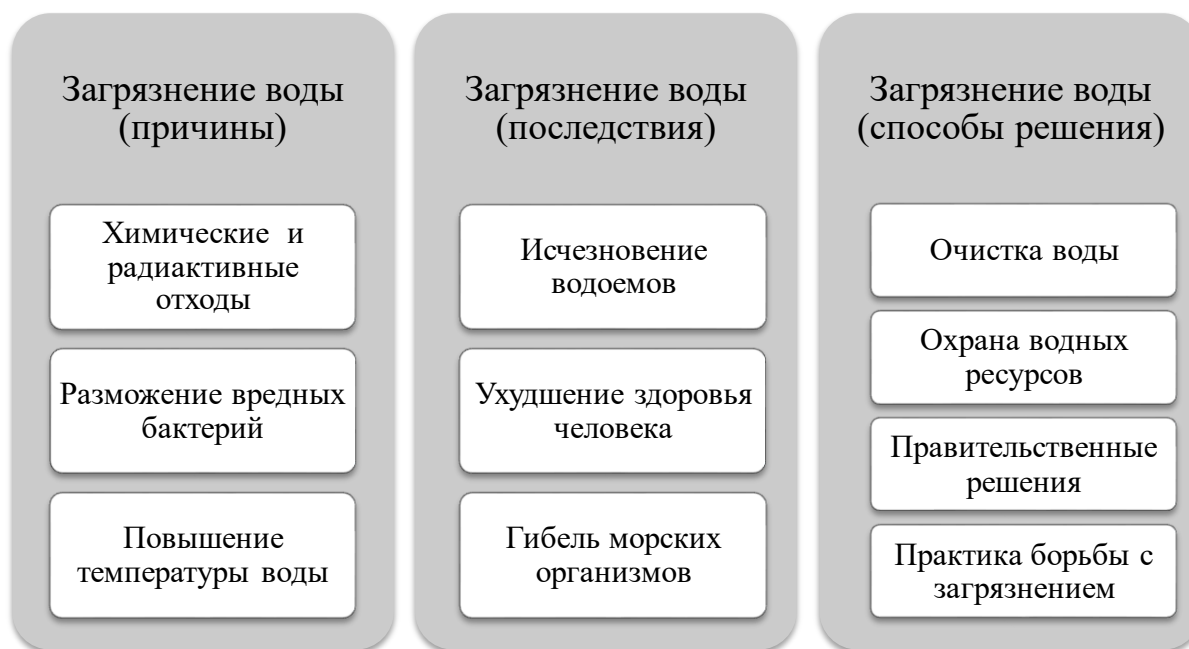


Рисунок 2 «Фрейм «Загрязнение воды»

Таким образом, человек в зависимости от заданной цели обращается к своему сознанию в поисках необходимой информации, уже систематизированной в виде фрейма. Представление информации в виде фреймов и других семантических моделей особенно важно в когнитивных исследованиях особенностей человеческого мышления.

Совокупность фреймов, соприкасающихся друг с другом на периферии, образует фреймовую систему. Н.Н. Болдырев рассматривает фрейм как «тип концепта, открывающий доступ к нескольким концептуальным областям» [Болдырев, 2007, 17]. Следовательно, фреймовая структура не только представляет развертывание ситуации, но и указывает на ее взаимосвязь с предшествующими и последующими событиями: причинами и последствиями.

Интеграцию фрейма в сознании человека подробно описал Ч. Филлмор. Сначала происходит осознание человеком происходящих событий, принадлежность к определенному концепту, формирование собственного отношения к ним. Впоследствии человек подбирает вербальное оформление фрейма, принадлежащего концепту, и на основе выбранных слов актуализирует его схему. «В свою очередь, схемы могут быть использованы в качестве

инструмента построения модели текста, то есть модели мира, совместимой с текстом» [Филлмор, 1983, 75].

Закрепленность когнитивного тезауруса языковым помогает реципиенту соотнести фрейм с языковыми единицами, что свидетельствует о том, что «фрейм является частью упорядоченной системы опыта отражения действительности» [Петрушова, 2012, 61].

Т.В. Нерушева выделяет 4 типа фреймов в зависимости от типа содержащейся в них информации и способа ее организации: «поверхностно-синтаксический, поверхностно-семантический, тематический и фрейм-повествование» [Нерушева, 2013, 96]. Под поверхностно-синтаксическим фреймом понимается построение структуры по схеме: «глагол + имя», в поверхностно-семантическом информация представляется в виде существительного, обозначающего действие и связанных с ним отношений. Тематический фрейм включает в себя все сценарии, имеющие отношения к заданному топикю. Фрейм-повествование есть скелет рассказа, объяснения, сюжета в целом [Нерушева, 2013]. В нашем исследовании мы выделяем тематические фреймы, объединенные топиком «экология».

2.6 Фреймовая репрезентация знаний в концепте «экология»

С целью описать глобальное содержание дискурсов ученые вводят такие понятия, как макроструктура, суперструктура, фрейм, стратегия. Дискурс всегда имеет привязку к определенному концепту. Понимание сложной семантической структуры невозможно без ее отнесения к структурам более высокого уровня. Так, фрейм топика «экология» «загрязнение пресных вод» включает в себя не только информацию о сущности проблемы, но и о причинах ее возникновения и возможных последствиях:

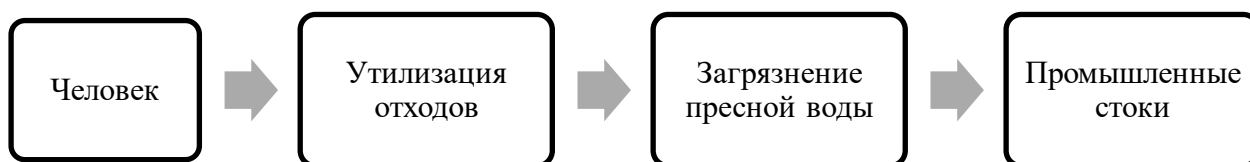


Рисунок 3 «Фрейм «Загрязнение пресных вод»

Данный фрейм является фреймом-сценарием – представлением знаний в виде цепочки событий, расположенным в хронологическом порядке. Введение данного фрейма в макросистему реализуется путем отнесения проблемы загрязнения к одной из наиболее значимых проблем экологии:

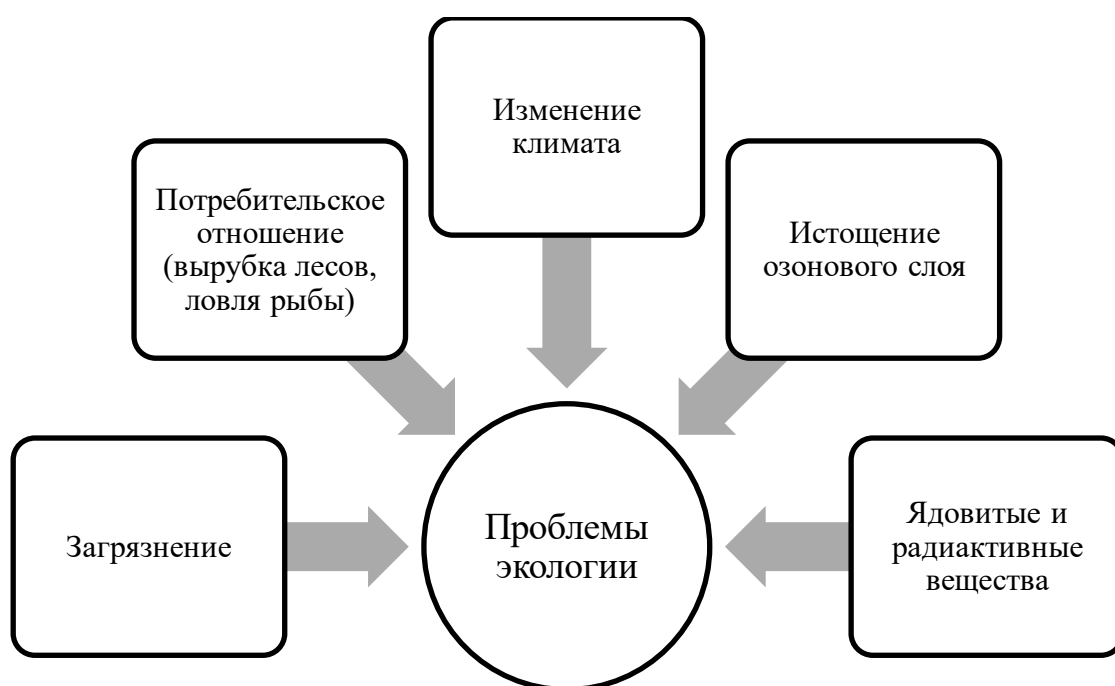


Рисунок 4 «Фрейм «Проблемы экологии»

Включение фрейма-сценария 1 во фрейм №2 свидетельствует об их иерархической структуре. Многообразие взаимосвязанных фреймов образует макроструктуру, разные уровни которой представлены самостоятельными фреймами. Так, принадлежность фрейма «загрязнение пресных вод» к фрейму «проблемы экологии» реализуется через слот-концепт «загрязнение», на уровне

которого также можно обнаружить фреймовую иерархическую структуру:

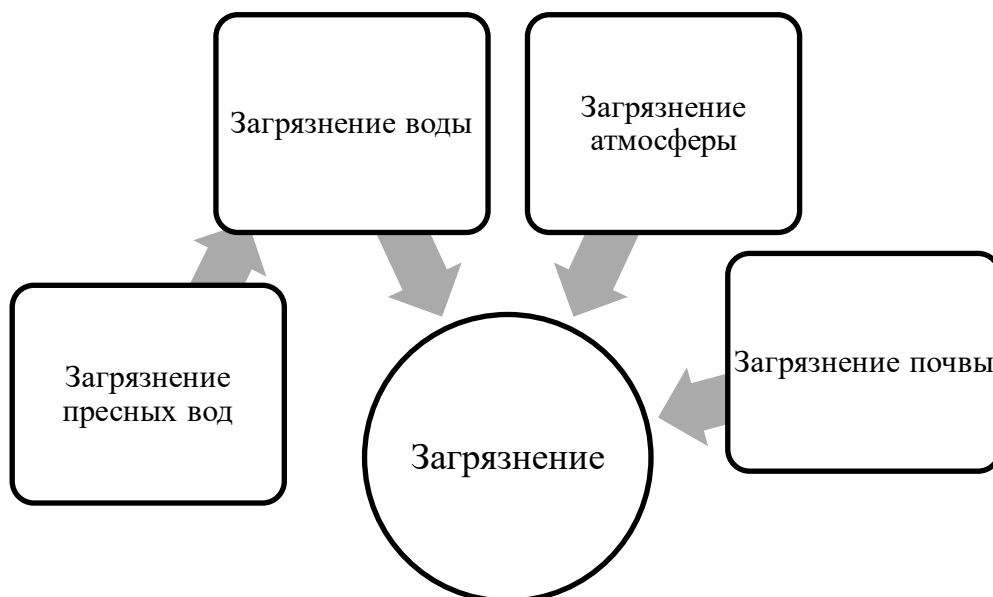


Рисунок 5 «Концепт-фрейм «Загрязнение»

Слот «загрязнение воды» апеллирует к водной среде, которая является важнейшей составляющей окружающей среды и таких природных явлений, как дождь, туман, снег и других. Представление экологической информации в виде фреймов использовалось задолго до обособления когнитивной лингвистики в самостоятельную науку. Так, круговорот воды в природе рассматривался в виде следующего фрейма-сценария:

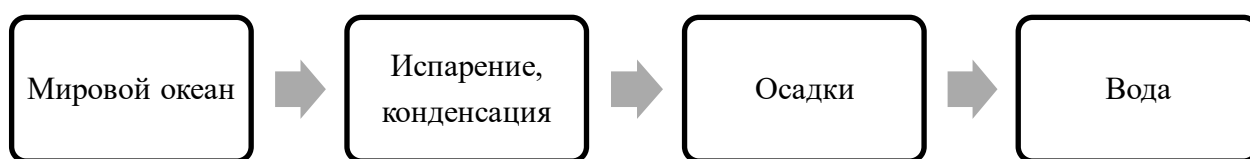


Рисунок 6 «Фрейм «Круговорот воды в природе»

Таким образом, объединенные общей тематикой, фреймы могут образовывать иерархические структуры, взаимосвязанные друг с другом и формирующие информационное единство. Это связано с когнитивными процессами, происходящими в сознании человека. Согласно теории фреймов М.Минского, человек воспринимает действительность с помощью сопоставления уже имеющихся в сознании фреймов, которые, будучи взаимосвязанными, создают полное представление об объекте или явлении. При

этом «верхние уровни» фрейма – понятия, которые всегда являются неизменными в любой ситуации; «нижние уровни» состоят из слотов, соответствующих только конкретным примерам» [Ежова, 2013, 35]. Так, одноименный верхний слот фрейма «загрязнение» не подлежит изменениям, тогда как набор последующих слотов может варьироваться, а их количество уменьшаться или увеличиваться.

Вследствие того, что фрейм является вербальной репрезентацией знаний, материалом для систематизации служит многообразие слов, составляющих определенный концепт – семантическое поле. Т.В. Нерушева отмечает, что, группируя лексические единицы, мы идем от когнитивного уровня к языковому» [Нерушева, 2013, 97]. Семантическое поле исследуемого концепта состоит из всех лексических единиц, относящихся к концепту и представляющие все многообразие лексических групп: фразеологизмов, диалектизмов, неологизмов и других. Наиболее значимой, на наш взгляд, является группа неологизмов, так как данные единицы служат номинацией новых явлений и понятий, а значит, напрямую связаны с расширением концепта «экология» и появлением новых фреймов.

Совокупность фреймов, объединенных общей тематической направленностью принято называть «концептом – фреймом» или «концептом – сценарием» [Бабушкин, 1996, 47]. Так примером концепта-фрейма в рассматриваемом дискурсе может послужить рис.5 «Загрязнение», включающий схему сцен отдельных фреймов «Загрязнение воды», «Загрязнение атмосферы», «Загрязнение почвы».

Таким образом, вопрос о родовидовых отношениях концепта и фрейма довольно спорен ввиду отсутствия единого понятийного аппарата в когнитивной лингвистике. В нашем исследовании мы придерживаемся мнения, что концепт – более широкое понятие, чем фрейм. Концепт включает в себя систематизированное с помощью когнитивных моделей знание (в том числе и с помощью фреймов). Совокупность фреймов, объединенных общим главным узлом, именуется как суперструктура или концепт-фрейм. Фреймовое

представление знаний в концепте «экология» позволяет человеку систематизировать имеющуюся информацию об экологии в сознании, а также легко воспринимать новую путем определения ее места в системе фреймов.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 2

Проведенное исследование основных проблем концептосферы как отражения новых ценностных ориентиров позволяет сделать следующие выводы:

1. Когнитивная лингвистика как раздел языкознания, изучающий взаимосвязь мышления и языка, выделяет концепт как одно из ключевых понятий в своем предмете изучения. Сравнительная новизна науки и многообразие подходов к изучению концепта объясняет отсутствие точного определения термина, однако анализ различных дефиниций позволил установить, что концепт – мыслительная единица, в основе которой находится структурированное знание.

2. В ходе исследования мы выяснили, что концепт имеет определенную структуру: ядро и периферию (некоторые ученые также выделяют приядерную зону) и рассматривается учеными как трехкомпонентное образование, содержащее ценностный, образный и понятийный компоненты. В зависимости от интерпретации образного и ценностного компонентов выделяют индивидуальный и национальный концепты. Особую значимость для когнитивной лингвистики имеют индивидуальные концепты. Среди важных для нашего исследования признаков концепта мы выделяем его способность к изменению – постоянному пополнению и расширению, а также возможность взаимодействовать с другими концептами.

3. Совокупность индивидуальных концептов образует национальную концептосферу. Главной особенностью концептосферы является упорядоченность включенных в нее концептов, которые могут выражаться как представления, понятия, мыслительные картинки, схемы, гештальты, фреймы, сценарии. Кроме того, концептосфера характеризуется относительной устойчивостью, но вместе с тем не лишена способности расширяться.

4. Концепт «экология» занимает значимое место в системе индивидуальных концептов человека. На основе дефиниционного анализа мы

выяснили, что концепт «экология» включает в себя общие представления об экологии как о науке, изучающей взаимодействие всех живых организмов со средой их обитания, но в большей степени в нем актуализируется информация об экологии как о состоянии окружающей среды отдельно взятой местности. Экология сегодня понимается как наука, цель которой – снизить негативное влияние человека на окружающую среду и решить существующие экологические проблемы. Расширение значения термина «экология» привело к тому, что лексема стала также использоваться за пределами концепта «экология» – в контексте культурных ценностей и социальных взаимоотношений.

5. Многообразие информации, содержащейся в концепте, существует не хаотично, а оформляется в определенные ментальные структуры. В основе нашей работы рассматривается фрейм как наиболее наглядная модель представления знаний в концепте. Структурно фрейм организован из ядра (или верхнего узла) и слотов (или терминалов). Несмотря на отсутствие единого мнения в понятийном аппарате, ученые сходятся в том, что фрейм представляет собой иерархическую структуру, нижние части которой заполняются в соответствии с заданной целью и индивидуальными особенностями человека.

6. Информация, содержащаяся в концепте «экология» может быть структурирована при помощи фреймов. Достаточно продуктивны, на наш взгляд, фреймы-сценарии – структуры, отражающие изменения в экологии в хронологическом порядке, так как при изучении экологических проблем особенно важны агенты (причины), процессы, а также последствия совершенных действий, которые и составляют ядро проблемы. Совокупность фреймов, объединенных общей тематикой, образуют суперструктуры – группы фреймов, построенные иерархически.

Итак, можно заключить, что концепт «экология» обладает рядом свойств, типичных для исследуемых в когнитивной лингвистике концептов. Его актуальность и постоянное расширение обуславливает многообразие содержащихся в нем знаний, которые представлены в нашей работе в виде фреймов – наиболее удачной, на наш взгляд, модели структурирования знаний.

3 НЕОЛОГИЗМЫ КАК СПОСОБ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА «ЭКОЛОГИЯ» В МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

3.1 Неологизмы в системе массмедийного экологического дискурса

Возникновение неологизмов всегда обусловлено развитием общества и его сфер. Необходимость в номинации ранее не существовавших понятий и явлений есть главное условие, при котором происходит обогащение языка новой лексикой.

Образование новых лексем является следствием сочетания экстралингвистических факторов (внеязыковых) с факторами лингвистическими. Первые непосредственно взаимосвязаны с явлениями и событиями, происходящими с человеком и требующими отражения в языке. Благодаря лингвистическим факторам происходит обогащение языка по уже существующим моделям словообразования, кроме того, наличие в языке некоторых номинаций определяет появление новых единиц, схожих с уже существующими. Вследствие этого А.А. Реформатский отметил, что «изобретение новых слов встречается крайне редко, что лишний раз подтверждает устойчивость языка и его словообразовательных элементов» [Реформатский, 1995, 113].

В широком смысле под неологизмом понимаются новые слова или новые значения слов, уже существующих в вокабуляре, но еще не вошедших в общее употребление. Более того, многие неологизмы, используемые в речи, еще не зафиксированы в словарях, однако их значение понятно реципиенту благодаря известным словообразовательным элементам, участвующим в их образовании. Это объясняет их частотное употребление в речи массмедиа.

Экология, будучи неотъемлемой частью жизни каждого человека, проникает во все сферы жизни и обнаруживается в многообразии других дискурсов. Такая взаимосвязь объясняется тем, что экология – это наука о взаимодействии всех живых организмов, в том числе и людей, а вследствие

господствующего антропоцентрического подхода человек становится ее центром.

Активное освещение проблем экологии в СМИ, а также сопутствующих им вопросов привело к тому, что экологический дискурс стал массмедийным. Согласно А.В. Зайцевой, массмедийный экологический дискурс «состоит из совокупности устных и письменных текстов средств массовой информации (периодической печати, радио, телевидения, Интернета) на актуальные экологические темы» [Зайцева, 2014, 119]. Такие тексты адресуются журналистами, блогерами, реже политиками, различным слоям населения, что обуславливает многогранность и широту их аудитории. Кроме того, вариативность каналов передачи (периодические издания, теле- и радиопередачи, интернет-сайты, блоги известных людей) также способствует широкому охвату реципиентов.

Главной функцией текстов массмедийного экологического дискурса является апеллятивная функция, трактуемая К. Бюлером как функция «с помощью которой отправитель обращается к реципиенту и хочет побудить его к определенным реакциям» [Бюлер, 1993, 35]. Воздействие на реципиента достигается путем введения в текст статистических данных (например, количество погибшей от загрязнения рыбы, повышение текущей температуры (в градусах) в сравнении с предыдущими периодами и другие), экспрессивно-оценочными словами (экологическая катастрофа, экологический апокалипсис), а также собственной оценки сложившейся ситуации. Информирова реципиента, данные тексты побуждают его к ряду различных действий: от простой сортировки мусора до создания сообществ по защите окружающей среды.

Основываясь на многообразии рассмотренных текстов массмедийного экологического дискурса, можно заключить, что влияние человека на окружающую среду носит преимущественно пагубный характер, который проявляется в загрязнении воздуха, воды и почвы. Как следствие происходят изменения в климате, именуемые «глобальными проблемами», которые, в свою очередь, оказывают пагубное влияние на человека. Данную информацию можно

структурировать и представить себе в виде фрейма, имеющего круговое развертывание:

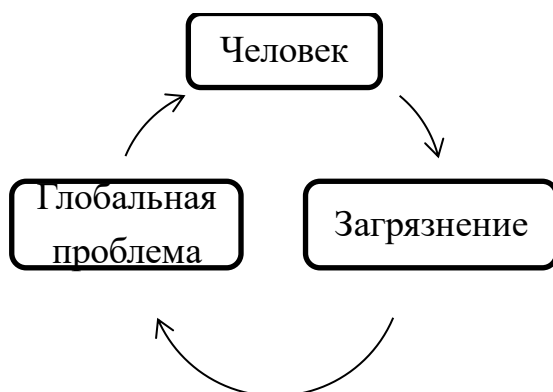


Рисунок 7 Человек в системе глобальных проблем

Таким образом, оказывая негативное влияние на природу, человек оказывает негативное влияние на самого себя. Для обозначения людей, загрязняющих окружающую среду, как и для экологических проблем необходимы новые слова – неологизмы, которые способны не только номинировать человека, явление, проблему, но и указать их особенности, характер.

Согласно англоязычному источнику “The Guardian”, словарь Оксфорд провозгласил лексическую единицу “climate emergency” – «критическое положение в экологии» словом 2019 года, отметив, что лексема «климат» в названном периоде ассоциируется с единицей «критическое положение» и встречается в три раза чаще, чем стоящая за ней “health emergency” – «скорая медицинская помощь» [171]. Отражение текущего положения в экологии путем использования названной лексемы – репрезентативная функция, выполняемая текстом. К.Бюлер объясняет данную функцию как представление предметов, положений дел, событий [Бюлер, 1993]. Частотность использования лексемы в англоязычном массмедийном дискурсе еще раз подчеркивает критичность сложившейся в экологии ситуации.

Подобно словарю Оксфорд, широко известный Collins English Dictionary также обозначил словом 2019 года лексему, напрямую связанную с ухудшением экологической ситуации – “climate strike”:

“Climate strike – a form of protest in which people absent themselves from education or work in order to join demonstrations demanding action to counter climate change” [153].

«Климатическая забастовка – форма протеста, в которой люди пропускают учебу или работу, чтобы присоединиться к демонстрациям, требующим принятия действий в борьбе с изменением климата» (перевод Ч).

В экологическом массмедийном дискурсе неологизм получил настолько широкое употребление, что вслед за ним произошло образование его деривата, номинирующего человека, принимающего участия в таких забастовках – “a climate striker”[153]. Активное участие людей в решении экологических проблем еще раз подтверждает их актуальность, а освещение в СМИ подчеркивает их глобальный характер.

Как известно, экологическая ситуация ухудшается, а вместе с ней возрастает серьезность глобальных проблем. Жизнь в современном мире невозможна без экономических отношений, а значит, и без производства, однако человек стремится уменьшить пагубное воздействие на окружающую среду и на себя в целом.

В поисках решения экологических проблем человек начинает задумываться о том, что он потребляет, где живет, какой транспорт использует в качестве средства передвижения – все это, являясь следствием негативного воздействия на людей глобальных проблем, составляющих систему отношений природы и человека (рис. 7), выводит экологический дискурс за его рамки и связывает с рядом других дискурсов: экономическим, гастрономическим, рекреационным и другими:



Рисунок 8 Глобальные проблемы

Слоты настоящего фрейма представляют области, подверженные изменениям вследствие экологических проблем. Каждая из них, являясь самостоятельным дискурсом, тесно связана с экологической ситуацией в мире, которая обуславливает появление новых лексических единиц на стыке экологического дискурса с другими его типами. Настоящий фрейм демонстрирует общее представление знаний о взаимодействии экологии с другими сферами жизни человека, однако каждый из его элементов имеет широкое развертывание, иллюстрируемое новой лексикой в каждой из областей.

Несомненно, внутри самого экологического дискурса существует ряд новых понятий и явлений, для номинации которых в речь вводятся неологизмы. Новые единицы номинируют реалии, связанные с климатом, загрязнением, экологией в целом. Однако взаимосвязь экологического дискурса с другими его типами обуславливает появление ряда новых лексем, относящихся одновременно к каждому из них.

Представление взаимодействия дискурсов с помощью фреймов основывается на структурировании знаний внутри концепта. Будучи родовым понятием для данного фрейма, концепт «экология» представляет собой область всех знаний, систематизированных и нет, тогда как фрейм «Глобальные

проблемы» (Рис.8) иллюстрирует структурированную информацию. Взаимопроникновение дискурсов обуславливает связь экологического концепта с другими типами концептов: «экономика», «дом», «еда», «здоровье» и другими.

Концепты, являясь частью языковой картины мира человека, отражают закономерности и изменения как самой личности, так и языкового сообщества. Данные изменения могут обнаруживаться на всех уровнях языка, однако наиболее ярко они проявляются на лексическом уровне. «Слово, как основная единица языка, наиболее наглядно может показать связь между познанием и языковой картиной мира» [Абросимова, 107, 2011], вследствие этого новые лексемы – репрезентация изменений в концепте и в языковой картине мира соответственно. Таким образом, неологические репрезентанты концепта «экология» и связанных с ним других концептов иллюстрируют изменения в области экологии и их влияние на другие сферы жизни человека.

3.2 Неологические репрезентанты концепта «экология»

3.2.1 Неологическая репрезентация глобальной проблемы изменения климата

Влияние, которое проблемы экологии оказывают на окружающую среду, отражается на климате и его изменениях. В свою очередь климатические изменения влекут за собой новые экологические проблемы, образуя при этом замкнутый круг. Пристальное внимание к данной области обусловило появление целого пласта новых слов, причиной возникновения которых стали изменения в климате.

Сама лексема “climate” становится ключевой для ряда неологизмов, образованных как путем объединения двух единиц в целое – сложением, так и способом контаминации. Наиболее частотный способ словообразования в массмедийном экологическом дискурсе, согласно отобранным неологизмам, – словосложение – «Цельнооформленное соединение двух и более морфем, выступающих в качестве корневых в отдельных словах; ср. сложное слово»

[Ахманова, 1996, 415]. Образование неологизмов данной группы происходит преимущественно путем сочетания двух существующих в языке корневых морфем в одно смысловое единство (*climate smart, climate gentrification, climate justice*). Важно отметить, что написание неологизмов, образованных данным способом, варьируется: слитное, раздельное, дефисное. В некоторых случаях возможно вариативное написание одной и той же лексической единицы.

«Взаимодействие языковых единиц, соприкасающихся либо в ассоциативном, либо в синтагматическом ряду, приводящее к их семантическому или формальному изменению или к образованию новой (третьей) языковой единицы» [Ахманова, 1996, 199], именуемое контаминацией, наряду со словосложением является продуктивным способом образования неологизмов в изучаемом дискурсе. Ассоциации с существующими лексическими единицами и добавление к ним «экологического» компонента приводит к тому, что появляются новые контаминированные лексемы, чаще всего рифмующиеся или схожие с исходными для их лучшего распознавания (*climatarian, cli-fi*), где “climatarian” созвучно с известным “vegetarian”, а “cli-fi” – с единицей “sci-fi”:

“Climate smart – helping to prevent climate change” [161]. (Умный климат – помогающий предотвратить изменение климата).

“Climate gentrification – the process by which a place that is thought to be less at risk of the effects of climate change turns from a poor area to a richer one” [161]. (Климатическое облагораживание – процесс, в ходе которого место, менее подверженное климатическим изменениям, превращается из бедного района в более богатый).

“Climate justice – the holding to account of those responsible for climate change and reparation for those most affected by it” [161]. (Климатическая справедливость – привлечение к ответственности тех, кто причастен к проблемам изменения климата, и возмездие для тех, кто пострадал от них в наибольшей степени).

“Climatarian – choosing to eat a diet that has minimal impact on the climate, i.e. one that excludes food transported a long way or meat whose production gives rise to

CO2 emissions” [152]. (Климатарианец – человек, выбравший диету с оказанием минимального влияния на климат, а именно такую, которая исключает пищу, транспортируемую на большие расстояния, или мясо, производство которого приводит к выбросам углекислого газа).

“Cli-fi – a climate change Sci-fi movie” [153]. (Cli-fi – научно-фантастический фильм об изменениях климата).

В двухкомпонентных неологизмах единица “climate” выполняет преимущественно атрибутивную функцию, поэтому в переводе на русский язык она звучит как «климатический» или «климатически». Отражение климатических изменений в данных неологизмах можно наблюдать благодаря их дефинициям, общим компонентом для которых является сочетание “climate change”.

Образование новых слов способом контаминации также является продуктивным, при этом не имеет значения, насколько сокращаются их компоненты, так как они легко воспроизводятся реципиентом:

“Climatarian: climate + vegetarian”;

“Cli-fi: climate + fiction”.

Для образования неологизмов с компонентом “climate” способом контаминации всегда используются первые буквы лексемы (clima- cli), тогда как второй составляющей новой единицы может быть как начало слова (fi-), так и конец (-tarian).

Появление настоящих лексем обуславливает взаимодействие экологического дискурса с кинематографическим и гастрономическим дискурсами, что подтверждается следующими примерами из англоязычных СМИ:

“Climate change is not normally on people’s minds when they choose what to have for lunch, but a new diet is calling for people to go ‘*Climatarian*’ for their health and for the planet”[173].

“There are some signs the public is starting to take such advice on board. They include the release of an ‘EatBy’ app that reminds consumers to use up food in the

fridge, and a new social network to help people adopt a *'climatarian'* diet that shuns meat from gassy grazing animals, such as beef and lamb” [180].

“Knowledge we have on studying *Cli-fi* includes additions to the history of artistic “response time”, new ways of pushing for action through cultural imagination and current opportunities for pedagogy” [182].

Одновременная принадлежность данных текстов к двум разным дискурсам обуславливает их познавательную функцию (сообщение о новом киножанре или диете), однако, несмотря на медийные источники данных примеров, в данных текстах отсутствуют экспрессивная и интегративная функции, то есть автор сообщения не обозначает свое отношение к описываемым фактам, а значит, не пытается побудить читателя придерживаться климатической диеты или смотреть климатическую научную фантастику.

Ряд неологизмов с компонентом “climate” содержит отнесенность к климатическим изменениям не только в самой лексеме, но и в ее дефинициях. Общим для следующих неологизмов является отражение в значении слова причины появления нового понятия – climate change:

“Climate refugee – a person who has been forced to relocate due to changing climate or to a disaster caused by or associated with climate change” [153] (климатический беженец – лицо, которое было вынуждено переехать из-за изменения климата или стихийного бедствия, вызванного или связанного с изменениями климата).

“Climate canary – a natural phenomenon or event that signals a looming environmental disaster caused by climate change” [153] (климатическая канарейка – природный феномен или событие, сигнализирующее о надвигающейся экологической катастрофе, вызванной изменениями климата).

“Climate porn – extreme or alarmist language or images used to describe the current or future effects of man-made climate change” [151] (Климатическая порнография» – экстремальный или сигнализирующий язык или изображения, использованные для описания текущих или будущих последствий антропогенного изменения климата).

В дефинициях данных неологизмов содержится указание на следствие климатических изменений: *due to changing climate* (из-за климатических изменений), *caused by climate change* (вызванный климатическими изменениями), *effects of climate change* (следствие климатических изменений). Наличие в определении отнесенности к глобальной проблеме изменения климата обуславливает отрицательную коннотацию данных лексем. Контекст употребления также свидетельствует о том, что последствия глобального явления являются негативными и вынужденными:

“A sea level rise of just one meter – which could occur in this century – would inundate almost a third of Bangladesh and turn 30 million people into climate refugees” [174].

Примечательно, что почти все тексты массмедийного экологического дискурса содержат в себе скрытую или явную апеллятивную функцию – призыв бороться с экологическими проблемами и их последствиями. В настоящем контексте данная функция скрыта, однако ее наличие прослеживается благодаря использованию автором модальных глаголов, отмечающих высокую вероятность возможных негативных последствий: “*could occur* (может произойти), *would inundate* (затопит)”. Побудить реципиента к действию помогает и репрезентативная функция текста – представление реальной ситуации. Использование конкретных чисел, отражающих подсчеты или статистические данные, помогает увеличить воздействие апеллятивной функции на реципиента: *a third of Bangladesh* (треть республики Бангладеш), *30 million people* (30 миллионов людей).

Другой неологизм названного ряда “*climate canary*” привлекает внимание благодаря своей этимологии. В его основе лежит лексема “*minor’s canary*”:

1) “A caged bird kept caged in mines because its demise provided a warning of dangerous levels of toxic gases (птица, которую содержали в клетке в шахтах, так как её гибель свидетельствовала об опасных уровнях токсичных газов).

2) (*idiomatic*) Any thing, especially an organism, whose demise or distress provides an early warning of danger – ((идиом.) любой организм, чья гибель или истощение дает раннее предупреждение об опасности)”.

По аналогии с данной лексемой созданный путем сложения неологизм “climate canary” обозначал живой вид, первый подвергшийся экологической опасности и свидетельствующий о других возможных угрозах:

“Climate canary – a species that is affected by an environmental danger prior to other species, thus serving as an early warning system for the other species with regard to a danger” [163] (климатическая канарейка – вид, который больше подвержен экологической опасности, чем другие, и таким образом служит системой раннего предупреждения об опасности для других видов).

Примечательно, что уже в 2006 году лексема “climate canary” была отмечена Американским Диалектным Обществом как самая полезная лексическая единица того года.

Позже значение неологизма “climate canary” расширится: о предстоящей угрозе теперь свидетельствует не только вид, но и любой природный феномен или событие.

Таким образом, глобальная проблема изменения климата обусловила появление целой группы неологических репрезентантов с компонентом “climate”, образованных словосложением или контаминацией и выполняющих апеллятивную функцию в массмедийном экологическом дискурсе.

3.2.2 Неологическая репрезентация природных изменений и их восприятия человеком в массмедийном экологическом дискурсе

Очевидно, что экологические проблемы стали носить масштабный характер, вследствие чего стали предметом обсуждения не только в научных кругах, но и среди журналистов и людей других профессий. Глобальность проблемы вызывает опасения и страх у многих людей и находит свое отражение в новой лексике. Образование слов данной группы происходит путем выбора

единиц с негативной коннотацией, апеллирующих к трагедиям, катастрофам, апокалипсису и добавления к ним «экологических» лексем.

Единица “bomb”, взятая за основу в первоначальном значении “a weapon made of material that will explode” [158], послужила образованию таких неологизмов как “weather bomb” и “carbon bomb”:

“Weather bomb – a winter storm that has a sudden drop in pressure at the centre, causing very strong cold winds” [155] (Погодная бомба – зимний шторм, характеризующийся резким падением давления в центре, в результате которого появляются сильные холодные ветры).

“Carbon bomb – a set of conditions that will likely give rise to a catastrophic increase in carbon emissions in the future” [153] (Углеродная бомба – набор условий, который в будущем могут привести к катастрофическому увеличению выбросов углерода).

Неологизмы образованы из двух ранее существовавших компонентов на основе сходства явления с компонентом дефиниции лексемы “bomb” – *explode*:

“To explode – to burst, or to make something burst, into small pieces, usually with a loud noise and in a way that causes damage” [158] (взрываться, или заставить что-то разорваться на мелкие кусочки обычно с громким шумом и нанесением вреда).

В создании неологизма “weather bomb” участвовали сразу два компонента значения лексемы “explode”: внезапность (to burst) – “a sudden drop in pressure” и негативные последствия (causes damage) – “causing very strong cold winds”, тогда как в дефиниции неологизма “carbon bomb” обнаруживается сходство с лексемой “explode” только по одному компоненту значения – негативные последствия: “catastrophic increase in carbon emissions”.

К словам данной группы также относятся неологизмы, образованные способом контаминации от единицы “tornado” – “an extremely violent storm consisting of air that spins very quickly and causes a lot of damage [158]”. Путем слияния единиц “fire” и “snow” с лексемой tornado

образовались такие номинации природных явлений, как firenado и snownado (snonado):

“Firenado – a fire tornado: a strong, dangerous wind created by a large fire that forms itself into an upside-down spinning cone” [155] (Огненный торнадо – сильный опасный ветер, созданный большим пожаром и формирующийся в форме перевернутого вращающегося конуса).

“Snownado – a waterspout that forms between the surface of a lake and a snow squall; a tornado that forms over a snow-covered area. Also: snonado” [162] (Снежный торнадо – смерч, который образуется между поверхностью озера и снежным шквалом; торнадо, которое формируется на поверхности, покрытой снегом).

“Firenado” и “snownado” в отличие от известного атмосферного вихря образуются не только из воздуха, но и из огня и снега. Подобно торнадо эти природные явления способны нанести много вреда.

Еще одна природная катастрофа стала основой для образования новой лексемы – землетрясение (quake). Безусловно, не каждое землетрясение причиняет вред, однако последствия, которые данное природное явление может нести бывают настолько колоссальными, что землетрясения были причислены к списку природных катастроф, а значит, само слово содержит в себе негативную коннотацию, тем самым придавая ту же окраску и образованным от него неологизмам:

“Frost quake – a brief but loud ground tremor caused by underground moisture freezing, expanding, and then cracking due to the increased pressure” [156] (морозное землетрясение – короткий, но громкий подземный тремор, вызванный замерзанием подземной влаги, расширением и последующим растрескиванием из-за повышения давления).

Если сравнить дефиницию неологизма с определением лексемы “earthquake” – a sudden shaking of the Earth’s surface that often causes a lot of damage [158] (внезапное сотрясение земной поверхности, часто сопровождающееся нанесением большого ущерба), можно отметить, что

большинство компонентов значений совпадают, однако в дефиниции лексемы “frost quake” разрушения неизбежны, тогда как при землетрясении их наличия отмечены как частые, но не обязательные.

Примечательно, что единица “quake” послужила образованию не только неологизмов, номинирующих природные явления, но также и стала основой для появления слов, выходящих за рамки экологического дискурса. Среди таких лексем можно выделить новую единицу “genderquake”:

“Genderquake – metaphorical earthquake caused by women through their actions on gender equality, starting in 2017” [166] (Гендерное землетрясение – метафорическое землетрясение, вызванное действиями женщин по обеспечению гендерного равенства и начавшееся в 2017 году).

Сама дефиниция не дает полного понимания, почему действия женщин за равенство прав метафорически сравнивают с землетрясением, однако сходство гендерного движения с этим природным явлением выявляются в контексте употребления лексемы:

“Genderquake; it began with a march of millions and ended with a hashtag that sparked a global movement” [175].

Компоненты дефиниции лексемы “quake” сравнимы с названным движением: беспокойство, тряска: “a sudden shaking of the Earth’s surface” – “a march of millions”, а также глобальные последствия данных явлений: “often causes a lot of damage” – “sparked a global movement”. Негативная коннотация, присущая явлению землетрясения, сохраняется и в контексте употребления данного неологизма:

“The year did not begin well, of course, but with a thudding hangover that we’ll have to endure for at least four years” [175].

Природные катастрофы, такие как торнадо и землетрясения, отмеченные большим количеством жертв и высоким уровнем наносимого ими ущерба, являются достаточно продуктивными в образовании новых лексем как в экологическом дискурсе, так и в других его типах. Однако не только катастрофы,

но и глобальные проблемы, широко обсуждаемые в англоязычных СМИ, послужили причиной возникновения новых единиц:

“Thermosceptic – a climate change denier” [162] (Термоскептик – человек, отрицающий изменения в климате).

“Global weirding – extreme and unpredictable weather phenomena, giving credence to the theory of global warming” [163] (Глобальная причуда – экстремальное и непредсказуемое погодное явление, подтверждающее теорию глобального потепления).

Образованные одинаковым способом словосложения, но имеющие различное написание: слитное (thermosceptic) и раздельное (global weirding) – эти неологизмы схожи по значению. Несмотря на то, что процесс изменения климата и глобальное потепление уже доказаны учеными, многие люди все еще ставят под сомнение существование этих явлений, что подтверждается такими семами, как “sceptic” и “weirding”. Хотя оба неологизма содержат в себе синонимичные семы, апеллирующие к «сомнению», дефиниции этих единиц иллюстрируют, что данные компоненты значения противоположны в двух лексемах: “Thermosceptic” и “Global weirding” Таким образом, сему «сомнение» в настоящих примерах можно представить в виде фрейма:

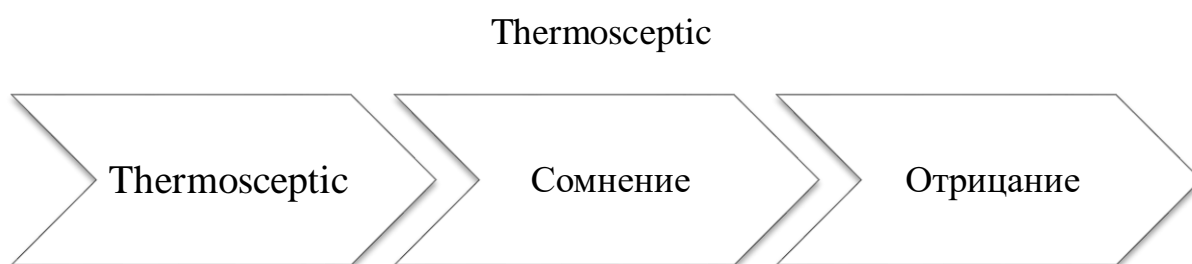


Рисунок 9 Thermosceptic

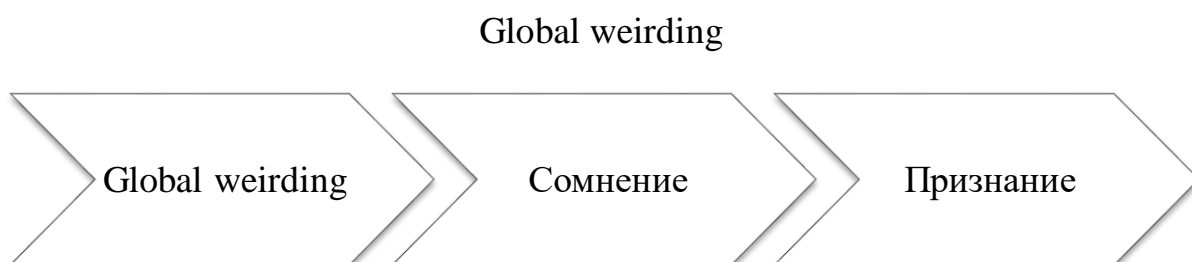


Рисунок 10 Global weirding

Настоящие фреймы имеют схожее линейное развертывание, где при полном совпадении второго слота «сомнение» результат различен: отрицание (-), признание (+). Настоящие фреймы входят в систему представления человека о глобальных проблемах и отражены в общем фрейме (см. стр 72).

Ряд номинаций людей, выражающих свою позицию относительно глобальных проблем и последующих природных изменений можно продолжить лексемами, образованными аффиксацией. О.С. Ахманова определила аффиксацию как «морфологический процесс (соотв. явление), заключающийся в присоединении аффиксов к корням или основам» [Ахманова, 1996, 58]. Как известно, аффиксация считается одним из наиболее продуктивных способов словообразования в английском языке, однако в рассмотренных нами неологизмах она не является доминирующим способом и чаще используется в совокупности с другими средствами для придания лексеме морфологических характеристик.

Так с помощью добавления к существующим единицам “warm” и “exemptional” суффикса “-ist” возникают новые слова, номинирующие людей. Данный суффикс в английском языке типичен в образовании лексем, называющих людей, занимающихся научной или медицинской деятельностью:

“Warmist – a person who believes that the current global warming trend is the result of man-made factors” [153] (Warmist – человек, который считает, что нынешняя тенденция глобального потепления есть результат антропогенных факторов).

“Exemptionalist – a person who discounts or ignores societal or environmental problems because they believe that intelligence and technological prowess make humanity exempt from the natural processes that govern other species” [157] (exemptionalist – человек, который не принимает во внимание или игнорирует социальные или экологические проблемы, потому что считает, что интеллект и технологическое мастерство делают человечество независимым от природных процессов, оказывающих влияние на другие живые виды).

Однако, несмотря на непродуктивность аффиксации в создании неологизмов концепта экология, в их образовании нередко встречается компонент “eco”, образованный от лексемы “ecology”, но выступающий не как самостоятельный корень, а как префикс:

“Eco-guard – someone whose job is to protect wild animals, especially those that are endangered [162]” (эко-охранник – человек, чья работа заключается в защите диких животных, в особенности таких, которые находятся в опасности).

“Eco-thriller – a thriller with an ecological subject matter” [164] (эко-триллер – триллер экологической тематики).

Использование префикса “eco” в образовании неологизмов позволяет адресату сразу заявить топик последующего сообщения, а в случае с текстом употребления единицы “eco-guard” выполнить инспиративную функцию:

“He enjoys being an eco-guard, saying that it has given him a good understanding of the environment and why it is important to keep animals alive rather than killing them for money” [167].

Автор текста призывает реципиента присоединиться к рядам эко-охранников, включая в текст витальные фразы: «правильное понимание окружающего мира», «важно оставить животных в живых».

Функциональность лексемы “eco-thriller”, подобно неологизму “cli-fi”, ограничена номинацией нового жанра и не выполняет других функций, кроме познавательной.

Проблема глобального потепления находит свое отражение не только в неологизмах, связанных с восприятием феномена, но и в лексемах, номинирующих изменения в климате, в погодных условиях местности. Рост температуры обычно отражается в языке с помощью лексем “warm” и “hot”:

“Warm – slightly hot, especially in a pleasant way” [158] (теплый – слегка жаркий, приятный по ощущениям).

“Hot – something that is hot has a high temperature; (weather) used especially when you feel uncomfortable” [158] (жаркий – характеризующийся высокой

температурой, используется в особенности, когда вы чувствуете себя некомфортно).

Помимо синонимичной денотации, настоящие дефиниции содержат в себе и коннотативные компоненты, антонимичные друг другу: warm – pleasant (+), hot – uncomfortable (-). Вследствие этого все негативные изменения климата, связанные с повышением температуры содержат в себе единицу hot, отмеченную знаком «-»:

“Hotumn – an autumn where the temperatures are warmer than usual for the season, thought to be at least partly caused by climate change” [153] (Hotumn – осень, характеризующаяся более высокими, в сравнении с нормой, температурными показателями, которые в большей или меньшей степени вызваны климатическими изменениями).

Образование неологизма “hotumn” произошло путем слияния лексемы “hot” с единицей, номинирующей осеннее время года – “autumn”. Неологизм используется для обозначения непривычно высоких для осеннего периода температур, вызванных климатическими изменениями. Примечательно, что в контексте употребления лексемы обнаруживаются сразу два неологизма, служащих номинацией аномально жарких осенних месяцев “Sweatember” и “Hottober”:

“Scientists caution against attributing this year’s sweltering Sweatember and Hottober temps to climate change alone, but the long-term trend is clear: This certainly won’t be our last hotumn” [179].

Образование названных лексем, подобно неологизму “hotumn”, произошло путем слияния названия осеннего месяца с единицами, относящимися к жаркому периоду “sweat” (“to have drops of salty liquid coming out through your skin because you are hot” [158]) и “hot”:

Hot + October = Hottober;

Sweat + September = Sweatember

Слова, образованные способом слияния, чаще всего сохраняют денотацию второго компонента, приобретая при этом оттенок значения первой единицы образования, которая выполняет атрибутивную функцию:

“Hotumn” – осень с аномально высокими для этого периода температурами; “hottoober” – аномально высокие для октября температуры; “sweatember” – жаркий период сентября, вызывающий у людей испарину.

Адресант иронизирует по поводу аномально жаркой осени:

“100-degree October temperatures? Welcome to ‘hotumn.’ We’re in the middle of a new, climate-changed kind of fall — one where you ask for that pumpkin spice latte iced, please [179]”.

Данная ирония необходима для того, чтобы медиатекст не лишился гармонизирующей функции – не поверг читателя в панику из-за аномальных явлений, но вместе с тем, чтобы подготовить сознание адресата к температурным изменениям с помощью интегративной функции: «мы в новой осени», «где вы попросите замороженный латте».

Продолжают ряд лексем с аномальными изменениями температуры следующие неологизмы, основу которых составляет компонент со значением времени года “spring”, “season”:

“Phantom spring – exceptionally warm fall or winter weather that causes plants or animals to act as though spring has arrived” [165] (призрачная весна – особенно теплая осенняя или зимняя погода, во время которой растения или животные ведут себя так, как будто наступила весна).

“Season creep – earlier spring weather and other gradual seasonal shifts, particularly those caused by global climate change” [165] (сдвиг сезона – более ранняя весенняя погода и другие постепенные сезонные изменения, вызванные в особенности глобальным изменением климата).

Негативное окрашивание настоящими лексемами приобретается благодаря второму компоненту неологизма “phantom”, “creep”, обозначающие нетипичные или нежелательные для названного времени года явления:

“Phantom – made to seem real in order to deceive people” [158] (созданный похожим на настоящий с целью обмануть людей).

“Creep – (of an unwanted and negative characteristic or fact) occur or develop gradually and almost imperceptibly)” [163] (подползающий – (о нежелательном или негативном явлении или характеристике) случающийся или развивающийся постепенно и почти незаметно).

Глобальное потепление, характеризующееся ростом температуры, вызывает опасение у многих. Люди, проживающие на территории с жарким климатом, обеспокоены тем, что подъем температуры на 4-5° C сделает их место обитания непригодным для жизни. Эти опасения находят свое отражение в неологизме, образованном с компонентом “hot”:

“Hothouse Earth – a situation where it will no longer be possible to control climate change, leading to large areas of Earth becoming uninhabitable” [155] (земля-теплица – ситуация, в которой больше не будет возможности контролировать климатические изменения и которая приведет к тому, что обширные территории Земли станут непригодными для жизни).

Стоит отметить, что для образования настоящей лексической единицы были использованы сразу три компонента: “hot”, “house” и “Earth”. Данное сочетание является не случайным, так как для всех стран нашей планеты хорошо известно выражение: The Earth is our home (Земля – наш дом). Настоящий неологизм выполняет прагматическую функцию, а именно воздействия на реципиента, с целью беречь то место, в котором мы живем.

Помимо компонента “hot”, используемого для отражения негативного восприятия высоких температур, в некоторых неологизмах можно обнаружить и более яркие единицы с негативно окрашенными компонентами, одной из которых является неологизм “precipitation whiplash”:

“Precipitation whiplash – a period of very dry weather followed by a period of very wet weather, thought to be caused by the effects of climate change” [160] (скопление осадков – период очень сухой погоды, за которым следует период очень влажной погоды, вызванный последствиями изменения климата).

Период смены сухой погоды на очень влажную вследствие климатических изменений образуется путем совмещения двух, ранее не образующих общего смысла, единиц. Денотативный компонент лексемы отражается в единице “precipitation”, непосредственно апеллирующей к высокой влажности. Однако вторая единица неологизма “whiplash” есть коннотативный компонент неологизма:

“Whiplash – the flexible part of a whip or something resembling it” [159] (бечевка кнута – гибкая часть кнута или похожей на него вещи).

Первое значение лексемы – гнущаяся часть кнута или нечто, напоминающее кнут – ассоциируется у реципиента с наказанием или казнью. С помощью данной ассоциации реализуется коннотативный компонент неологизма, отмеченный знаком «-». Однако такое сочетание единиц является не случайным, в основе неологизма также лежит метафорическое значение – скрытое сравнение. Как известно, сечение кнутом представляет собой резкие, внезапные удары:

“To whiplash – jerk or jolt (someone or something) suddenly, typically so as to cause injury” (встряхнуть – дернуть или толкнуть (кого-то или что-то) чаще внезапно и с целью вызвать травму) [159].

Подобная внезапность отмечается и в дефиниции неологизма – быстрый переход от очень сухой к очень влажной погоде – “a period of very dry weather followed by a period of very wet weather”. Таким образом, общими для лексемы “whiplash” и неологизма “precipitation whiplash” являются «резкая смена чего-либо», «внезапность чего-либо».

Другие явления не отмечены такой резкостью перехода из одного состояния в другое, а имеют более последовательный и планомерный характер, вследствие чего ожидаемы человеком. Среди таких неологизмов обнаруживается лексема “saunification”:

“Saunification – the transformation of an area into a sauna-like environment” [165] (саунификация – превращение местности в сауноподобную среду).

Предсказуемость процесса «саунификации» отмечается как благодаря образующему суффиксу “-tion”, обозначающему процесс, так и контексту употребления:

“The rapid saunification of the atmosphere is only one of 2015’s important climate stories” [170].

Называя «саунификацию» одной из климатических историй, автор высказывания делает отсылку к тому, что явление уже не ново, а исследовано и даже отнесено к списку важных проблем климата. Экспрессивная функция высказывания проявляется в отнесении говорящим настоящего явления к целому ряду уже существующих и требующих решения экологических проблем: “is only one of”.

Отдельная группа новых слов, появление которых было вызвано климатическими изменениями, номинирует погодные явления, связанные с облачностью и осадками.

Контаминация как способ словообразования позволяет номинировать новые природные и погодные явления, которые напоминают уже существующие, однако являются атипичными для экологии, а значит, не имеют свое названия в науке. Одним из подобных примеров является неологизм “thundersnow”:

“Thundersnow – a thunderstorm with snow instead of the more usual heavy rain” [152]. (Снежная гроза – гроза со снегом вместо обычного проливного дождя)

Путем объединения известной ранее единицы thunderstorm, характеризующейся проливными дождями, с единицей “snow” в оборот было введено новое явление, характеризующееся как «сильная гроза со снегом».

Словосложение – продуктивный способ образования неологизмов в экологическом дискурсе, так как совмещение двух уже известных корней преобразуется в одну единицу, значение которой легко угадывается любым реципиентом. Именно поэтому слова, образованные способом словосложения широко используются в массмедийных дискурсах:

“Thundersnow occurs far less frequently than a normal storm. This is because it is only able to occur during a couple of months of the year” [189].

В отличие от неологизмов, образованных путем словосложения и контаминации, существенно новые лексические единицы представляются трудными для понимания без дефиниции или контекста употребления. К таким единицам относится неологизм “asperitas”, также имеющий непосредственное отношение к облачности и осадкам:

“Asperitas – a type of cloud that forms a thick layer in the shape of waves” [163] (asperitas – тип облака, который образует толстый слой в форме волн).

Лексема «asperitas» была введена в употребление в 2009 году для номинации нового типа облака, характеризующегося плотным волнообразным слоем. В английском языке до указанного года лексема не существовала, однако корнями она восходит к латинскому языку (шероховатость, неровность, суровость). Несмотря на то, что “asperitas” – термин узкой специализации, он получил распространение не только в научном экологическом дискурсе, но и в массмедийном, благодаря чему сегодня известен по всему миру:

“The asperitas cloud is among the stars of the World Meteorological Organization’s scarcely published International Cloud Atlas” [190].

Будучи термином, настоящая лексема не может приобретать коннотативную окраску, а значит, отмечена как стилистически нейтральная.

Таким образом, природные изменения, вызванные глобальными экологическими проблемами, можно представить в виде фрейма, отражающего представление о них в концепте «экология» и в массмедийном экологическом дискурсе:

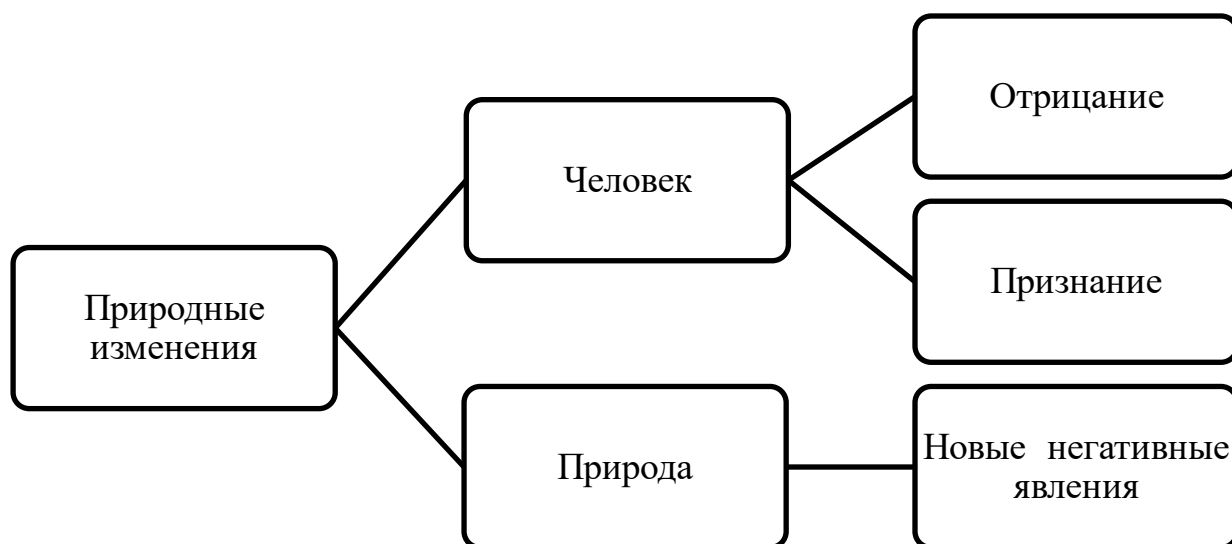


Рисунок 11 Природные изменения

Очевидно, что воздействие этих изменений оказывается как на природу, так и на человека и отражается в текстах с помощью неологических репрезентантов английского языка. Влияние на природу иллюстрируется группой новых лексических единиц, номинирующих ранее не существовавшие природные явления (слот «Новые негативные явления»). Воздействие на человека отражено в ряде неологизмов, номинирующих людей, признавших эти природные изменения и борющихся с экологическими проблемами (слот «Признание»), а также в группе лексических единиц, номинирующих тех, кто скептически относится к глобальным природным изменениям и проблемам экологии в целом (слот «Отрицание»).

3.2.3 Неологическая репрезентация проблемы загрязнения “Pollution” как триггера глобальных проблем

В обозначенной цепочке «Человек – загрязнение – глобальные проблемы – человек» (рис. 7) акцентируется внимание на том, что деятельность людей оказывает пагубное воздействие на окружающую среду, загрязняя ее. Будучи связующим звеном в данном фрейме, загрязнение выступает и как следствие человеческой деятельности, то есть как самостоятельная проблема, и как причина образования других глобальных проблем. Будучи первым и последним

звеном в цепочке настоящего фрейма, человек является одновременно и источником загрязнения, и способом борьбы с ним, вследствие чего номинации человека в неологизмах данной группы отводится отдельное место.

Среди лексем этой группы широко распространены лексические единицы, служащие номинацией людей, борющихся с проблемами загрязнения. Некоторые из них образованы типичным для английского языка способом словообразования – аффиксацией. Путем добавления суффикса “-er” к глаголам образуется группа слов, обозначающая исполнителя какой-либо деятельности:

“Zero waster – someone who generates no waste whatsoever” [157] (человек нулевых отходов – человек, который не создает отходов).

“Picker – a person who takes it upon themselves to pick up litter in public places” [157] (сборщик – человек, который берет на себя ответственность собирать мусор в общественных местах).

Образованные от глаголов “to waste” (мусорить) и “to pick” (собирать) настоящие лексемы используются для обозначения людей, либо не производящих отходов вовсе (zero waster), либо собирающих мусор в общественных местах (picker).

Лексемы получили широкое распространение в СМИ вследствие повышенного внимания людей к проблемам загрязнения, которые активно участвуют в сборе мусора, создавая при этом целые сообщества:

“Meanwhile, websites such as litterheroes.co.uk spring up to reveal the true numbers of ‘pickers’ out there alongside the increasingly popular community litter picks such as Keep Britain Tidy” [178].

Более нестандартно образованной лексемой со значением «борец с загрязнением» является неологизм “litter vigilante”:

“Litter vigilante – a person who takes it upon themselves to pick up litter in public places” [160] (бдительный мусорщик – человек, который берет на себя ответственность собирать мусор в общественных местах).

Дефиниция названной лексической единицы практически совпадает со значением слова “picker”, однако сочетание в ней компонентов: нейтрального “litter” и книжного “vigilante” – выделяет ее среди обозначенных неологизмов.

Единица “vigilante”, в переводе на русский язык звучащая как «линчеватель», обозначает того, кто совершает правосудие (чаще убийство) над провинившимся. В необычном сочетании с компонентом “litter” данная лексема утрачивает свое первоначальное значение и в неологизме “litter vigilante” используется в смысле «уничтожитель мусора». Яркий контраст в разных стилях слов придает лексеме оттенок юмора, вместе с тем не умаляя серьезность данной экологической проблемы. Контекст употребления у неологизма соответствует оттенкам самой лексемы:

“Unpaid army of litter vigilantes tackles Britain’s tide of rubbish” [178].

Помимо новых лексических единиц, номинирующих людей, борющихся с проблемой загрязнения, появляются также и такие, которые называют саму ситуацию и способы борьбы с ней:

“Net zero – describes a situation where the amount of carbon emissions put into the atmosphere is no more than the amount removed, thereby not allowing climate change to get worse” [157] (чистый ноль – ситуация, при которой количество выбросов углерода в атмосферу не превышает удаляемого из нее количества и которая препятствует ухудшению климата).

“Reverse vending – the activity of putting empty plastic bottles into a machine so that they can be recycled, and getting a small amount of money back for each one” [163] (обратный вендинг – процесс помещения пустых пластиковых бутылок в специальную машину для переработки и получения за них небольшого количества денег).

“One of the radical schemes likely to be considered is “reverse vending”, where the empty plastic bottles are fed into a network of machines in shops and supermarkets” [169].

“The commitment ... would make the UK the first member of the G7 group of industrialised nations to legislate for net zero emissions, Downing Street said” [178].

Успешность номинируемых процессов, несмотря на их положительное описание в дефинициях, ставится под вопрос благодаря использованным в контексте лексическим средствам: *one of the radical schemes* (радикальный = жесткий = негативный), а также синтаксическим: *would make* (модальность глагола показывает вероятность такой ситуации, но не ее наличие).

Однако борьба с загрязнением происходит не только как целенаправленная деятельность избавления от мусора, но и как сопутствующая спортивная активность. В медиа дискурсе было отмечено наличие такого неологизма, как “plogging”:

“Plogging – a leisure activity in which people pick up litter while jogging” [153] (Плоггинг – деятельность, заключающаяся в сборе мусора во время пробежки).

Сама идея занятий спортом и собирания мусора не является новой, уже известны случаи, когда борцы с загрязнением собирали неразлагающиеся отходы во время пробежек и специальных велотуров. Ряд подобных активностей пополнился благодаря собиранию мусора во время занятий йогой.

Неологизм “plogging” образован путем слияния двух лексем: английской “jogging” и шведского глагола “plocka”, что в переводе на английский обозначает “to pick”. «Плоггинг» – новый вид спортивной активности, который появился в Швеции в 2016 году, именно этим объясняется сочетание английского слова со шведским корнем. Однако, несмотря на молодое существование, явление “plogging” быстро получило свое признание, а впоследствии образовало целый ряд слов, связанных с данной деятельностью: *to plog* (verb) – собирать мусор, *plogger* (noun) – сборщик мусора.

Ряд неразлагающихся и вредных для экологии отходов по количеству собранного мусора возглавляют изделия из пластика. Именно пластик встречается чаще всего в рыболовных сетях и на обочинах дорог. Огромное количество пластикового мусора в массмедийном экологическом дискурсе получило название “plastic boom”:

“The plastics boom started after World War II, and now plastics are everywhere” [185]

Впоследствии появились и неологизмы с компонентом “plastic”, номинирующие последствия пластикового бума:

“Plastisphere – the discarded plastic that is now a part of our seas, rivers and lakes and, for better or worse, is developing its own ecosystem” [159] (пластисфера – выброшенный пластик, который теперь является частью наших морей, рек и озер и, к лучшему или к худшему, развивает свою собственную экосистему).

“Plastic footprint – a measurement of the amount of plastic that someone uses and then discards, considered in terms of the resulting damage caused to the environment” [152] (пластмассовый след – измерение количества использованного и выброшенного человеком пластика в масштабах общего ущерба окружающей среде).

В образованном путем слияния неологизме “plastisphere” выделяются два компонента: plastic + sphere. Компонент “sphere” в настоящей лексеме служит обозначением устоявшейся собственной микросреды в пластиковом изделии:

“Scientists have even coined a new term to describe it: the ‘plastisphere’ is here. In some oceanic areas the plastic is so thick that organisms have begun evolving there, as if it were a new, toxic, ecosystem” [187].

Подобно неологизму “plastisphere”, единица “plastic footprint”, образованная путем объединения двух лексем в одно смысловое единство, также содержит в себе компонент «постоянности». Значение вреда для экологии участвующей в образовании единицы “footprint” уже закреплено в словарях:

“Footprint – the effect that a person’s or organization’s activities have on the environment” [158] (след – влияние, которое человек или организация оказывает на окружающую среду посредством своих действий).

Очевидно, что в обоих неологизмах пластик уже является неотъемлемой частью экосистемы, так как закреплен такими словами, как “sphere” и “footprint”, что, безусловно, не может не оказывать воздействие на реципиента. Таким образом, названные лексемы выполняют не только номинативную, но и прагматическую функции.

Наряду с вошедшей в употребление лексемой “carbon footprint” и неологизмом “plastic footprint” в дискурсе массмедиа обнаруживается еще одна новая лексическая единица, образованная способом сложения с компонентом “footprint”:

“Small footprint living – a lifestyle that minimizes one’s impact on the environment” [165] (незначительный жизненный след – образ жизни, который сводит к минимуму воздействие на окружающую среду).

Очевидно, что образование данной лексики стало следствием уже нанесенного природе вреда и служит номинацией экологически чистого образа жизни за счет включения в лексему атрибутивного компонента “small” – небольшой.

Еще одним ярким примером среди неологизмов данной группы является лексема “airpocalypse”, образованная путем слияния единиц “air” + “apocalypse”. Так как экология включает в себя всю флору и фауну, загрязнение рассматривается на разных уровнях: воздух, водоемы, почва – что обуславливает появление новых лексических единиц, в образовании которых участвовали единицы, называющие части природного комплекса: “air”, “water”, “soil”:

“Airpocalypse – extreme air pollution caused by a combination of smog, dust, and weather” [156] (воздушный апокалипсис – экстремальное загрязнение воздуха, вызванное сочетанием смога, пыли и погоды).

Высшая степень загрязнения в массмедийном дискурсе сравнивается с концом света, известном как апокалипсис:

“Apocalypse – a situation in which a lot of people die or suffer, and a lot of damage is done” [158] (апокалипсис – ситуация, в которой гибнет или страдает много людей и наносится большой ущерб).

Такой компонент использован не случайно, ведь апокалипсис является худшей из всевозможных бед, а значит, в неологизме “airpocalypse” служит для обозначения высшей степени загрязнения воздуха, угрожающей жизни человека. Очевидно, что негативная коннотация компонента “apocalypse” сохраняется и в образованном от него неологизме.

В образовании следующего неологизма участвовал природный компонент “water” (вода). Созданная способом контаминации слиянием слов “new” и “water”, настоящая лексема означает переработанные сточные воды и реализуется за счет ассоциации «новый» = «чистый»:

“Newater – exceptionally pure water recycled from waste water generated by showers, sinks, and toilets” [165] (новая вода – исключительно чистая вода, переработанная из сточных вод после использования в душах, раковинах и туалетах).

Компонент дефиниции лексемы “exceptionally”, обозначающий исключительно чистую воду реализуется в контексте употребления неологизма в массмедийном дискурсе:

“Newater is purer than tap water and surpasses drinking-water standards set by the World Health Organisation, Minister for Trade and Industry George Yeo said, yesterday” [188].

Оценочная характеристика воды, «превосходящая стандарты питьевой воды», призывает реципиента употреблять данную воду, что также свидетельствует о прагматической функции данного текста.

Безусловно, широкая освещенность в СМИ и важность проблемы загрязнения для человека отражается и в неологизмах, связанных с возможными способами решения этой проблемы. В поисках решения проблемы загрязнения люди начинают создавать «природные фильтры»:

“Bio-bus – a bus that runs on biomethane gas generated through the treatment of sewage and food waste”[163] (биоавтобус – автобус, работающий на биометановом газе, образующемся в результате очистки сточных вод и пищевых отходов).

“Forest city – a city with a very large number of plants and trees that absorb substances causing pollution and create a healthy atmosphere” [162]; (лесной город – город с очень большим количеством растений и деревьев, которые поглощают вещества, вызывающие загрязнение, и создают здоровую атмосферу).

“Raingarden – a garden that uses sandy soil to help filter stormwater runoff from nearby roofs, roads, and other hard surfaces” [156] (дождевой сад – сад, в котором используется песчаная почва для фильтрации воды из ливневых стоков, с близлежащих крыш, дорог и других твердых поверхностей).

Несмотря на разное написание неологизмов (слитное, раздельное и дефисное), они образованы одним способом – сложением. В составе данных лексем на втором месте стоят компоненты, связанные с привычной жизнью в городе (bus, city, garden), а «экологическую роль» них выполняют начальные компоненты (rain, bio (греч.), forest): очищение воздуха и сточных вод осуществляется путем переработки отходов и природных объектов (деревья, растения, почва). Вместе с тем начальные компоненты неологизмов выполняют и атрибутивную функцию в словах.

Однако проблема загрязнения обуславливает появление не только неологизмов экологического дискурса, но и лексем других типов дискурса, одним из которых является рекламный дискурс. Использование компонента “pollution” в образовании неологизма, выражающего негативное отношение к чрезмерной рекламе в общественных местах, подчеркивает возможность проникновения экологических терминов в другие типы дискурсов:

“Visual pollution – a pejorative term for advertising in public places” [154] (визуальное загрязнение – уничижительный термин для рекламы в общественных местах).

“São Paulo, Chennai, Grenoble, Tehran, and Paris are sparking movements to eliminate the “visual pollution” caused by advertising signs and billboards” [168].

Проблема загрязнения отражается в неологических репрезентантах не только благодаря наличию в них оценочных компонентов, но также и использованию в их образовании единиц, обозначающих цвет: зеленый, серый, белый:

“Green urbanism – urban design and planning that aims to minimize a city’s impact on the environment [165]” (зеленый урбанизм – урбанистический дизайн и

планирование, направленные на минимизацию воздействия города на окружающую среду).

“Grey water – water that has been used before, for example for washing, that can be stored and used again, for example in toilets” [152] (серая вода – использованная ранее вода, в частности после стирки, которую можно сохранить и использовать снова, например, в туалетах).

“White pollution – litter, particularly plastic bags, but also papers, cups, and food containers” [163] (белое загрязнение – мусор, в особенности пластиковые пакеты, а также бумага, чашки и пищевые контейнеры).

В случае с неологизмами «зеленая урбанизация» и «серая вода» реципиент без затруднений распознает их значение, так как ассоциативный ряд, закрепленный в картине мира, совпадает со значением новых лексем: зеленый = экологический, серый = грязный. Однако в случае с неологизмом «белое загрязнение» происходит несоответствие, так как в представлении реципиента белый = чистый. Белый цвет в лексеме “white pollution” служит обозначением пластикового мусора: пакетов, бумаги, одноразовой посуды. Поэтому в случае с данной лексемой реципиенту, не сталкивавшемуся ранее с лексемой, для ее понимания будет необходим контекст употребления:

“The streets and alleyways in these kebeles are being freed of “white pollution” as discarded plastic bags accumulated as litter are called in some circles” [171].

Метонимия, лежащая в основе неологизма “white pollution”, может вызывать в сознании реципиента разные ассоциации в соответствии с его когнитивной картиной мира: белое загрязнение – промышленный дым или пыль после ядерного взрыва (ядерная зима). Цветовая аналогия с пластиком достигается за счет того, что большую часть пластиковых отходов составляет одноразовая посуда и упаковочные пакеты, которые преимущественно белого или прозрачного цвета.

Таким образом, новые лексические единицы, использованные в массмедийном экологическом дискурсе, являются репрезентацией слотов фрейма, отражающего взаимодействие человека и природы. В цикле данного

взаимодействия были выделены такие слоты, как «загрязнение», «глобальные проблемы», стоящие в последовательном отношении в настоящей цепи, что свидетельствует о причинно-следственных связях загрязнения и возникновения глобальных экологических проблем. Человек, возглавляя и одновременно завершая эту цепочку, предстает как причина возникновения природных проблем и как средство ее решения. Именно поэтому номинации человека отводится особое место в каждой из групп неологизмов.

Образование неологизмов массмедийного экологического дискурса происходит преимущественно способами сложения, контаминации и аффиксации. Функции неологических репрезентантов концепта «экология» в текстах исследуемого дискурса не ограничиваются лишь репрезентативной: в большинстве случаев новая лексика экспрессивна и выражает оценку говорящего, а также апеллятивна (инспиративна) и побуждает реципиента к действию – вести экологичный образ жизни и бороться с существующими проблемами окружающей среды.

3.3 Новая лексика как результат интерференции дискурсов

3.3.1 Неологические репрезентанты концепта «экология» в массмедийном гастрономическом дискурсе

Проблемы экологии оказывают влияние как на природу, так и на человека. Степень загрязнения воздуха, почвы, водоемов местности, на которой человек проживает, напрямую определяет его образ жизни. В странах с низким уровнем промышленности экология лучше, чем в передовых, а значит, последние озабочены вопросами экологичного образа жизни в большей мере.

Современное производство предпринимает попытки способствовать улучшению экологии мира, создавая экологичную мебель, транспорт, здания, места отдыха и т.д. Однако проблемы экологии стали носить настолько массовый характер, что человек начал задумываться и о самостоятельном вкладе в экологию, а также о том, как эти проблемы сказываются непосредственно на

его здоровье. Вследствие этого экологические проблемы обуславливают появление неологических репрезентантов концепта «экология» в других типах дискурсов (рис.8), которые свидетельствуют о взаимодействии и взаимопроникновении экологического дискурса с другими типами дискурсов.

В поисках экологичного образа жизни люди меняют место жительства, окружают себя мебелью из натуральных материалов, используют альтернативные источники энергии, однако наибольшее внимание эко-приверженцы уделяют еде. В основу убеждений об экологичной еде легло известное высказывание Гиппократов: «Мы то, что мы едим». При этом, руководствуясь одним и тем же постулатом, люди неосознанно разделились на две категории: тех, кто потребляет пищу с заботой об экологии, и тех, кто составляет свой рацион питания, заботясь о себе.

В связи с этим можно выделить пласт неологизмов, служащих номинацией людей первой группы:

“Demitarian – someone who restricts by half or to a marked degree, the amount of meat and animal products that they consume, usually in order to reduce the environmental impact of their diet” [151] (демитарианец – тот, кто вполовину или в определенной степени ограничивает количество потребляемого мяса и продуктов животного происхождения обычно для того, чтобы уменьшить воздействие своего рациона на окружающую среду).

“Climatarian – choosing to eat a diet that has minimal impact on the climate, i.e. one that excludes food transported a long way or meat whose production gives rise to CO₂ emissions” [157] (климатарианец – человек, выбирающий диету с минимальным воздействием на климат, то есть такую, которая исключает пищу, транспортируемую на большие расстояния, или мясо, производство которого приводит к выбросам углекислого газа).

“Ecovore – a person who chooses what she/he eats based on the impact that that food item has on nature” [157] (ecovore – человек, который выбирает то, что он/она потребляет в пищу, основываясь на влиянии этого продукта на окружающую среду).

Образование лексем данной группы произошло способом контаминации – объединении двух языковых единиц в одно смысловое целое в сочетании с элементами аффиксации в отдельных случаях (+):

Demitarian: приставка *demi* + *vegetarian* (+);

Climatarian: *climate* + *vegetarian*;

Ecovore: *ecology* + *carnivore*.

Контаминация является достаточно продуктивным способом словообразования благодаря тому, что образованные лексемы легко узнаваемы реципиентом вследствие частичного фонетического наложения: *demitarian* – *vegetarian*, *climatarian* – *vegetarian*, *ecovore* – *carnivore* – данные пары имеют не только одинаковые окончания, но и количество слогов, что позволяет говорить о фонетическом наложении в образованных неологизмах.

Появление номинаций личностей, основная цель которых - «не нанести вред окружающей среде», предопределило пополнение словаря неологизмов лексическими единицами, служащими обозначением диет для такого типа людей. Некоторые лексемы – дериваты от неологизмов, номинирующих человека:

“Climatarianism – a diet based on choosing food in order to minimise its impact on the environment” [157] (климатаризм – это диета, основанная на выборе пищи, минимизирующей ее воздействие на окружающую среду).

“Planetary health diet – a way of eating that aims to give everyone in the world enough food to eat without damaging the planet” [163] (планетарная здоровая диета – способ питания, цель которого – дать каждому человеку в мире достаточно пищи без нанесения вреда планете).

Образующими компонентами данных неологизмов служат преимущественно единицы, обозначающие направленность действия: на экологию, климат, здоровье планеты и другие.

Новое слово, появившееся в языке, приобретает все морфологические характеристики, присущие соответственной части речи, а значит, неологизм может послужить первоначальным звеном в словообразовательной цепочке.

Рассмотренное ранее слово “climatarian” послужило основой для образованной аффиксальным способом лексической единицы “climatarianism”.

По аналогии с неологизмом экологического дискурса “plastic footprint”, отмечающего отрицательное воздействие пластика на окружающую среду, в гастрономическом дискурсе была обнаружена новая лексическая единица “cookprint”:

“Cookprint – the energy and other resources used while preparing meals” [165] (cookprint – энергия и другие ресурсы, используемые при приготовлении пищи).

Выбор экологически чистых источников энергии и других ресурсов, используемых во время приготовления пищи, поможет снизить негативное влияние, оказываемое на окружающую среду. Такое явление получило название “to cook green” и, согласно массмедиа, набирает популярность:

“Yes, I know you thought it was all about carbon footprints but that’s so last year, now we worry about the cookprint. Are you cooking green?” [181].

Особый интерес представляет пласт неологизмов, связанных с отсутствием мяса и рыбы в рационе питания. Представители данной группы могут руководствоваться личными интересами или не употреблять мясо и/или рыбу с целью сохранения фауны. В основу данной группы легла идея вегетарианства:

“Vegetarianism – the practice of eating no meat or fish” [159] (вегетарианство – отсутствие мяса и рыбы в рационе питания).

Среди людей данной группы можно выделить следующих:

“Reducetarian – a person who purposefully reduces the amount of meat in their diet” [153] (reducetarian – человек, который намерено уменьшает количество потребляемого мяса);

“Fishetarian – one who excludes meat from their diet, with the exception of fish; a vegetarian who also consumes fish” [162]; (рыбояд – тот, кто исключает мясо из своего рациона, за исключением рыбы; вегетарианец, который также потребляет рыбу);

“Vegivore – someone who particularly loves eating vegetables” [156]; (vegivore – человек, который особенно любит есть овощи);

“Vegequarian – a vegetarian who eats fish” [162] (vegequarian – вегетарианец, который ест рыбу);

“Flexitarian – a person who eats meat less often than an average American but does not completely abstain from meat” [157] (flexitarian – человек, который ест мясо реже, чем обычный американец, но воздерживается от мяса не полностью).

Подобно людям, составляющим свой рацион питания в соответствии с бережным отношением к окружающему миру, настоящая группа неологизмов, номинирующих людей, отказавшихся от употребления мяса, также образована преимущественно способом контаминации с лексемой “vegetarian” в основе. Однако, в отличие от слов первой группы, для образования неологизмов второй группы используется как конечная часть слова (“tarian”): *reducetarian*, *fishetarian*, *flexitarian*; так и начальная (*vege-*): *vegivore*, *vegequarian*:

Reducetarian: *reduce* + *vegetarian*;

Fishetarian: *fish* + *vegetarian*;

Vegivore: *vegetarian* + *carnivore*;

Vegequarian: *vegetarian* + *aqua* + *vegetarian*;

Flexitarian: *flexible* + *vegetarian*.

Частичное фонетическое наложение с сохранением количества слогов и одинаковых окончаний позволяет сделать вывод, что слова этой группы, образованные способом контаминации, будут легко узнаваемы для реципиента. Такие слова быстро входят в речевой оборот, становясь частью массмедийного дискурса:

“Since he had recently become a *vegequarian* for health reasons, Tom elected to order the shrimp scampi instead of a steak” [162].

К представителям данной группы можно также отнести людей, не придерживающихся строгих правил диеты, однако заинтересованных в идее вегетарианства и внедряющих ее принципы в свой рацион питания:

“Veghead – a person with knowledge of an appreciation for traditional vegetarian cuisine;” [162] (veghead – человек, обладающий знанием традиционной вегетарианской кухни).

Появление неологизма “veghead” привело к образованию еще одной лексической единицы, имеющей, на первый взгляд, противоположное значение “meat-head”. Однако настоящий неологизм номинирует не людей, употребляющих мясо в рационе питания, а любителей культуризма:

“Meat-head – a person who is extremely passionate about body-building and performing in sports” [162] (meat-head – человек, который особенно увлекается бодибилдингом и спортом).

Анализ слов данной группы демонстрирует высокую частотность использования лексемы “vegetarian” в контаминационных словообразовательных моделях, преимущественно корень “veg-”. Дефиниции рассматриваемых неологизмов отражают значение обеих единиц, участвующих в словообразовании:

Veghead: vegetarian + head (vegetarian cuisine + knowledge).

Интерес к идее вегетарианства обусловлен стремлением людей сохранить фауну, улучшить свое здоровье, а также боязнью употреблять в рационе мясо птицы и животного, для выращивания которых использовались антибиотики и другие химические элементы. Именно поэтому люди заинтересованы в том, чтобы уменьшить или исключить мясо вообще. Данный процесс получил свое отражение в неологизме “to veganise”:

“Veganise – to adapt a dish that contains animal-derived components so that it is vegan”[152]; (veganise – адаптация блюда, содержащего компоненты животного происхождения, к вегетарианской диете):

“So stock up on some easy-to-veganise extras in tow, bring enough for everyone to sample, and you’ll hopefully wake up on Boxing Day pleasantly surprised” [172].

Суффикс “-ise”, служащий для образования глаголов в английском языке в значении «создавать, обеспечивать», послужил образованию лексической единицы “to veganise” аффиксальным способом: vegan + -ise. Дефиниция лексемы подтверждает значение суффикса: “to adapt a dish”. Идея «веганизации» населения все чаще встречается в текстах медиа, неологизм “to veganise”

имплицитно служит инспиративной функции медиатекста, скрыто призывая людей становиться вегетарианцами, изменять свой обычный рацион.

Чрезмерное стремление к потреблению полезной пищи нашло свое отражение в новой лексической единице:

“*Orthorexia* – an obsession with eating healthy foods” [162] (орторексия – одержимость здоровой пищей).

Дефиниция данной единицы содержит в себе два противоположных по стилистической окраске компонента значения: “healthy” – со знаком «+», obsession – со знаком «-», данный контраст усиливает негативную коннотацию слова.

Приверженцы здорового питания распространяют идеи вегетарианства и навязывают их окружающим, подобно религии или секте. Как и неологизм “*orthorexia*”, номинирующий чрезмерное внимание к диете, новая лексическая единица “*vegevangelical*” является негативно окрашенной:

“*Vegevangelical* – one who firmly advocates being a vegetarian and tries to spread this way of life on to others” [160] (*vegevangelical* – тот, кто твердо выступает за вегетарианство и пытается распространить этот образ жизни на других).

Лексема, образованная способом контаминации от единиц “*vegetarian*” и “*evangelical*”, создает у реципиента негативное ощущение, что диета вегетарианцев навязывается ему, подобно религиозному писанию:

“I feel like a *vegevangelical* when I try to tell you that meat is harmful to your health, since my words never seem to get anywhere” [160].

Несмотря на то, что сам неологизм содержит негативную коннотацию, в данном медиатексте содержится пресуппозиция, что употребление мяса вредно для здоровья (*meat is harmful to your health*), тем самым адресант убеждает реципиента в пользе вегетарианства, а медиатекст выполняет интегративную функцию.

Выбор продуктов питания predetermined отношение потребителей к еде, выражающееся в таких неологизмах, как “*clean eating*” и “*dirty food*”. Данные

лексические единицы не являются полностью антонимичными вследствие некоторых оттенков значения, однако представляют собой разнополярные понятия:

“Clean eating – (also eating clean) a diet that is based on eating whole foods and avoiding processed and refined foods” [163] (чистая еда – (также чистая диета) диета, основанная на употреблении в пищу цельных продуктов и отказе от обработанных и рафинированных продуктов).

“Dirty food – extremely calorific food with no nutritional value; junk food” [156] (грязная пища – чрезвычайно калорийная вредная пища; нездоровая пища).

Рассматривая проблемы экологии с точки зрения загрязнения окружающей среды, массмедийные ресурсы зачастую оперируют лексемами “clean” и “dirty”: “clean air”, “dirty water” – вследствие чего появились новые единицы, по коннотации совпадающие с существующими, однако приобретшие добавочное значение «пользы»: clean – полезный, dirty – вредный:

“In fact, a survey out this month from the not-for-profit International Food Information Council found “*clean eating*” to be the most widely followed diet among American consumers” [178].

“One recent fad has been for “*dirty*” *American food*, a term that revels in the idea that fatty burgers and messy pulled pork buns are so right because they’re so wrong” [167].

Данные примеры иллюстрируют современные тенденции в еде американцев, подчеркивая, что предпочтение отдается здоровому питанию, нежели вредной еде, которая является лишь «прихотью» (“fad”). Эти примеры еще раз акцентируют внимание на том, что даже на «родине фастфуда» люди становятся приверженцами здорового питания.

Еще одним широко распространенным вариантом здорового питания является диета, основанная на принципах жизни наших предшественников. Основная идея такой диеты заключается в употреблении продуктов, данных нам природой без привлечения искусственного выращивания. Представители

данного типа не относятся к защитникам окружающей среды, их основная цель – найти наиболее натуральный тип питания:

“Paleo diet – (also Paleolithic diet; Paleo) a diet that is based on what people were thought to eat during the Stone Age before the development of agriculture” [163] (палео диета – (также палеолитическая диета; палео) диета, состоящая из предполагаемого рациона питания людей каменного века до развития сельского хозяйства);

“Ancestral health – a diet based on the presumed diet of our Palaeolithic ancestors” [162] (здоровье предков – диета, основанная на предполагаемой диете наших палеолитических предков);

“Pegan diet – a vegan variation of the Paleo diet, which is based on foods available to our ancient ancestors, such as nuts, berries, eggs and meat” [160] (пеганская диета – вегетарианская вариация палео диеты, которая основана на продуктах, доступных нашим древним предкам, таких как орехи, ягоды, яйца и мясо).

Образование данного ряда неологизмов произошло путем сочетания двух известных лексем в новое смысловое единство. Будучи образованными по схеме: прилагательное + существительное или существительное + существительное, можно сделать вывод о том, что в данных неологизмах первое слово выполняет атрибутивную функцию для второго компонента (diet, health). Вследствие этого положительная коннотативная окраска, присущая словам diet и health распространяется и на образованные от них неологизмы, независимо от того, является ли диета действительно полезной для человеческого организма.

Нетипичным для неологизмов данной группы является лексическая единица “VB6”, также обозначающая вид диеты, но в отличие от всех остальных являющаяся акронимом. Лексема “VB6” расшифровывается как “vegan before six” и обозначает:

“VB6 – a person who eats a vegan diet before 6:00 PM, and then whatever they want after that” [160] (ВД6 (вегетарианец до 6 вечера) – человек, который придерживается вегетарианской диеты до 18:00, а после ест, что пожелает).

Согласно массмедиа, такая диета не только нашла свою аудиторию, но и является достаточно эффективной в борьбе с проблемами как здоровья, так и экологии:

“VB6 is short for Vegan Before 6, the increasingly popular veggie-heavy diet that converts say can do wonders for both the body and the planet” [177].

Примечательно, что в отличие от неологизмов экологического дискурса, в лексемах гастрономического дискурса апеллятивная функция выражена не так ярко. Более того, лексические единицы данной группы призывают позаботиться не только об окружающем мире, но и о самих себе.

Как и всякое направление, получившее признание, идея правильного питания имеет как своих сторонников, так и противников. Особенно ярко это отражается на первом типе диеты – вегетарианстве и ее вариациях. Концепция исключения мяса и/или рыбы из рациона воспринимается некоторыми людьми наиболее остро, вследствие чего образуются неологизмы, служащие номинацией противников вегетарианства:

“Non-veg – referring to the act of eating meat and not being vegetarian” [160] (невегетарианство – человек, употребляющий мясо и не являющийся вегетарианцем).

“Meatetarianish – antonym for vegetarian” [160] (meatetarianish – антоним к слову «вегетарианец»).

Неологизмы данной группы – номинации людей, выражающих протест вегетарианству, – содержат компоненты, с помощью которых передается отрицание идеи. Так, в лексической единице “non-veg”, образованной способом сокращения от “vegetarian” и аффиксации при помощи приставки “non-”, компонентом отрицания выступает добавленный аффикс. Во втором неологизме данной группы “meatetarianish”, созданном способом контаминации от единиц “meat” и “vegetarian” с последующим аффиксальным способом образования (суффикс -ish), отрицательным компонентом выступает сема “meat”, выступающая в роли контекстного антонима к семе «vegetable», лежащей в основе вегетарианства.

Однако помимо людей, выражающих свой протест против вегетарианства путем потребления мяса, существуют также и те, кто относится негативно к самой идее и ее представителям. Такое отношение нашло свое отражение в глаголе-неологизме “to vegicide”:

“Vegicide – to kill a vegetarian; more commonly to feel a negative emotion toward a vegetarian” [162] (vegicide – убивать вегетарианца; испытывать негативные эмоции по отношению к вегетарианцу (чаще)).

Контаминационный способ образования лексемы от единиц “vegetarian” и “suicide” обуславливает сохранение неологизмом коннотации, присущей одному из компонентов словообразования:

“Suicide – intentionally kill oneself” [159] (самоубийство – намеренно убивать себя).

Очевидно, что сема “kill”, содержащаяся в дефиниции как единицы словообразования, так и самого неологизма является негативно окрашенной. Отсюда следует, что негативная коннотация, присущая компоненту образования сохраняется и в образованном от него неологизме.

Таким образом, влияние экологических проблем на гастрономические предпочтения людей очевидно. Руководствуясь разными причинами, в том числе и экологическими, люди отказываются от употребления мяса в рационе питания, что обуславливает появление ряда неологизмов, номинирующих таких людей, а также называющих виды их диет. Среди данной группы новых лексических единиц также обнаруживаются лексемы, выражающие отношение к идее вегетарианства.

Вследствие того, что идея вегетарианства лежит в основе дефиниций почти всех неологизмов, наиболее частотным в словообразовании лексем данной группы является корень “veg”. Превалирующая часть неологических репрезентантов, одним из компонентов которых является лексема “vegetarian”, образована способом контаминации. Окончание “tarian” является наиболее частотным в словах данной группы.

3.3.2 Неологические репрезентанты концепта «экология» в массмедийном бытовом дискурсе

Экология, будучи наукой о взаимосвязи живых организмов с их средой обитания, изучает также и взаимодействие человека с окружающим его миром. Безусловно, естественная среда представляет больший интерес для ученых, чем искусственно созданная, однако каждая из них имеет свою «микроэкологию».

Природа вообще отражается в широком ряде неологизмов, в основе которых лежит суффикс “-scape”. Данный суффикс первоначально был использован в лексеме “landscape” в значениях “1. form, formation, shape” (форма, образование), “2. scene, picture, view” (вид, картина). Однако высокая производительность данного суффикса обусловила появление нового значения “a specific type of space” (определенный тип местности).

Целая группа неологизмов была образована аффиксальным способом словообразования путем добавления суффикса “-scape” к корням, обозначающим реалии окружающего мира: airscape (воздушное пространство), aquascape (водное пространство), cloudscape (облачный пейзаж), desertcape (пустынная местность), dunescape (дюнная местность), Earthscape (вид планеты), farmscape (сельский пейзаж), fieldscape (полевой пейзаж), fogscape (туман), forestscape (лесной пейзаж), greenscape (зеленая местность), hillscape (холмистость), icescape (ледники), lakescape (озерный пейзаж), meadowscape (луговой пейзаж), moonscape (вид на луну), pondscape (пруды), rainscape (дождь), riverscape (речная местность), rockscape (скалистость), seascapе (морской пейзаж), smokescape (дымка), snowscape (снежный пейзаж), soilscape (почва), treescape (лесистость), valleyscape (равнина) [163]:

Сочетаемость суффикса с такими корнями высока благодаря тому, что все эти понятия легко визуализируются, а значит, их можно представить в виде картины той или иной местности. Ряд названных неологизмов, подобно лексеме “landscape”, служит описанием природы, то есть непосредственно входит в концепт «экология». Продуктивность суффикса “scape” настолько высока, что

некоторые из новообразованных единиц обозначают понятия, выходящие за границы экологического дискурса.

Так, не только визуализируемые понятия, но и запахи находят отражения в таких неологизмах. Подтверждением этому служит новая лексическая единица *smellscape*:

“Smellscape – a collection of the different smells associated with a particular place” [152] (*smellscape* – коллекция различных запахов, связанных с конкретным местом).

Особенность данного суффикса заключается также и в том, что он образует неологизмы, номинирующие не только разновидности местности, но и другие явления. К таким неологизмам можно отнести лексему “*sadscape*”:

“*Sadscape* – a depressing or pathetic situation or landscape” [160] (*sadscape* – депрессивная или патетическая ситуация или пейзаж).

Неологизм *sadscape* используется в массмедийном экологическом дискурсе для обозначения негативных эмоций, вызванных какой-либо ситуацией или пейзажем. Такой пейзаж может быть как связан с экологическими проблемами, так и не относиться к ним вовсе:

“It isn’t even a *sadscape* of 31 million men competing to attract those 5.5 million women in the database” [176].

“Why? Because we, and by “we” I mean “I,” plus any other pop wastrel trapped in a constant *sadscape* of unrequited narcissism, desperately need it” [186].

В настоящих примерах неологизм *sadscape* реализуется в контексте социальных отношений между мужчинами и женщинами, а также в определении значимости собственного «я». Из содержания медиатекстов становится ясно, что неологизм “*sadscape*” хоть и образован от лексической единицы экологического дискурса, но в концепт «экология» не входит, а значит, выходит за рамки массмедийного экологического дискурса, становясь частью бытового.

Антропоцентрический подход, проявляющийся в языке, обусловил также и изменения в мышлении человека, который все чаще стал задумываться о своем значении в обществе и месте, отведенном ему в мире. Обозначение границ

собственного «я» нашло отражение в неологизме *egospace*, также образованном при помощи суффикса *-scape*:

“Egoscape – the egos within a particular geographic area; the extent of a person’s ego” [155] (*egospace* – эгоистичные люди на определенной территории; степень распространения человеческого эго).

Таким образом, продуктивность суффикса *-scape* послужила образованию ряда неологизмов, номинирующих различные типы местности, запахов, а также отношения и эмоции людей. Общим звеном между всеми новыми лексемами служит привязка к определенной географической локации, однако в случае с лексическими единицами, называющими эмоции людей, происходит метафоризация суффикса *-scape*, первоначально связанного с экологией и расширившего своё значение до абстрактных и чувственных понятий.

В поиске решений экологических проблем человек начинает создавать конструкции, здания, целые города с большим количеством растений. Активное озеленение окружающей местности послужило образованию таких неологизмов, как:

“Forest city – a city with a very large number of plants and trees that absorb substances causing pollution and create a healthy atmosphere” [162] (лесной город – город с очень большим количеством растений и деревьев, которые поглощают вещества, вызывающие загрязнение, и создают здоровую атмосферу).

“Living bridge – a bridge made of plant roots, usually those of the rubber tree” [163] (живой мост – мост, созданный из корней растений, обычно из каучукового дерева).

“Green roof – a roof that is covered with plants, particularly one in which special membranes and other layers serve to protect the rooftop and hold the plants and soil in place” [162] (зеленая крыша – крыша, покрытая растениями, особенно такая, в которой специальные мембраны и другие слои служат для защиты крыши и удержания растений и почвы на месте).

Данные лексические единицы образованы путем сочетания ранее существовавших лексем, номинирующих архитектурные сооружения и их части:

city, bridge, roof – со словами, относящимися к природе и экологии в целом: *forest, green, living*.

Путем сочетания лексем, называющих известные понятия, образуются неологизмы для обозначения не только экологически чистых сооружений, но и новых городских построек:

“Landscraper – a very large building that takes up a lot of space on the land” [156] (landscraper – очень большое здание, занимающее много места на земле);

“Plyscraper – a skyscraper made mainly from wood” [159] (plyscraper – небоскреб, построенный преимущественно из дерева);

“Sky pool – a swimming pool suspended in the air between two buildings” [152] (воздушный бассейн – бассейн, подвешенный в воздухе между двумя зданиями);

“Iceberg home (iceberg house) – a house which has a very large extension in the basement so that the majority of the living space is underground” [156] (дом-айсберг – дом, который имеет очень большое расширение в подвале, а большая часть жилой площади находится под землей).

Лексема :landscraper” образована путем словосложения единицы “land” с сокращением “scraper” от известной единицы “skyscraper”. Однако, как и примеры, образованные сочетанием существующих лексем, лексема “landscraper” содержит в себе часть, апеллирующую к природе в целом – land. Другие примеры также содержат в себе связь с окружающим миром – sky, iceberg. Второй составляющей данных неологизмов является единица, номинирующая вид постройки: skyscraper, pool, home. Таким образом, путем слияния в одно слово или сочетание двух известных реалий, одна из которых относится к окружающему миру, а другая – к типу архитектурного сооружения, создается пласт неологизмов, служащих названием новых мест и построек.

Некоторые лексеммы данного ряда номинируют постройки, напрямую связанные с экологией: материал постройки, занимаемая площадь. Так, контекст употребления неологизма “plyscraper” свидетельствует об экологических интересах, преследуемых возведением данной постройки.

“The development of engineered timber could herald a new era of eco-friendly ‘plyscrapers’” [178].

Несмотря на заявленную экологичность сооружения (eco-friendly), материалы для его постройки противоречат экологическим целям. Как известно, для построек из дерева необходимо рубить деревья, а для деревянных небоскребов понадобятся целые леса.

Функциональный потенциал данных неологизмов в медиатекстах невысок, так как они лишены эмоциональной окраски, и их употребление в тексте служит информативной цели – коммуникативной функции.

Одной из составляющих экологии является сельское хозяйство. Фермерство – один из самых древних видов деятельности, тесно связанных с природой и экологией. За последние годы интерес к агрокультуре возрос: во многих странах спрос на сельскохозяйственную продукцию растет, однако земель, пригодных для фермерства, практически нет. В поисках решения данной проблемы возникает необходимость выращивать растения и скот не на земле, а в многоэтажных зданиях. Данное явление нашло отражение в новой лексической единице, которая также номинирует вид здания:

“Vertical farm – a place where plants and livestock are raised in multi-floored skyscraper buildings” [152] (вертикальная ферма – место, где растут растения и разводят домашний скот в многоэтажных небоскребах).

Лексема «вертикальная ферма» была образована путем сочетания двух единиц: прилагательного «вертикальный», апеллирующего к форме здания – небоскреба, а также существительного «ферма», называющего непосредственную деятельность, осуществляемую в данном здании.

В то же время среди определенной группы людей возрастает интерес к фермерским постройкам – одноэтажным сооружениям, занимающим протяженные участки земли. Данное явление обусловило новое течение в архитектуре, направленное на создание зданий в стиле фермерских построек и нашедшее свое отражение в неологизме *agritecture*:

“Agritecture – the art and practice of designing and making buildings that are inspired by farm buildings, or this architectural style” [152] (agritecture – искусство и практика проектирования и изготовления зданий, которые вдохновлены хозяйственными постройками, или такой архитектурный стиль).

Новая лексическая единица была образована путем слияния двух лексем *agriculture* и *architecture*. Примечательно, что само слово “agri” (лат) – поле – явилось продуктивной частью целого ряда неологизмов, связанных с сельскохозяйственной деятельностью: *agri world*, *agribusiness*, *agri-industry*.

Таким образом, многообразие неологизмов данной группы иллюстрирует стремление человека окружать свой быт экологически чистым жильем и сооружениями. Лексические единицы, номинирующие окружающую местность, образованы преимущественно способом сложения и состоят из двух компонентов: название места (сооружения) + экокомпонент.

3.3.3 Неологические репрезентанты концепта «экология» в массмедийном экономическом дискурсе

Влияние экологических проблем на экономику носит как имплицитный, так и эксплицитный характер. Очевидно, что для их решения создаются экологически чистые продукты, вследствие чего наблюдается развитие новой индустрии, направленной на снижение ущерба, наносимого окружающему миру.

В то же время происходит активное взаимодействие массмедийного экологического дискурса с дискурсом экономическим. Не только экономика играет важную роль в экологических процессах, но и, наоборот, экологические процессы оказывают влияние на экономику, в связи с чем появляется целая группа неологизмов, связанных с двумя дискурсами одновременно – экономическим и экологическим. Участие экономической сферы в проблемах экологии ознаменовано новыми типами маркетинга, содержащими в своем названии отсылку к экологии: “*ecomarketing*” (экомаркетинг), “*green marketing*” (зеленый маркетинг).

Большую часть эколого-экономических неологизмов составляют новые лексемы с компонентом цвета, однако встречаются и уникальные единицы, не относящиеся к названной группе. Одним из наиболее ярких и ключевых неологизмов, иллюстрирующих интеграцию экологического и экономического дискурсов, является лексема “ecolonomics”:

“Ecolonomics – sustainable living through environmentally friendly business practices” [165] (экоэкономика – устойчивая жизнь с помощью экологически безопасных методов ведения бизнеса).

Настоящая единица, образованная способом контаминации от собственно наименований дискурсов “ecology” и “economics”, обозначает ведение бизнеса без вреда для экологии. Согласно медиа дискурсу, данный неологизм является индивидуально-авторским слово и впервые был употреблен в названии компании в 1993 году:

“In 1993, he and his wife founded a nonprofit group called the Institute of Ecolonomics – a word Mr. Weaver coined from combining ecology and economics – to find solutions to environmental problems” [184].

Вслед за Дэнисом Вивером данную лексему начали использовать и в других контекстах, отдельно от названия компании:

“TV lawman is fired up if ecolonomics is the topic” [191]. Подобно изначальной цели создания компании – решить экологические проблемы, данная лексема содержит призыв к ведению «чистой» экономики и заботе об окружающей среде. Более того, будучи положительно окрашенным путем сочетания с лексемой “ecology”, служащей атрибутивным компонентом для экономики, неологизм выполняет и экспрессивную функцию.

Пласт экономико-экологических неологизмов, имеющих в своем составе цветовой компонент, представляет собой довольно обширную группу, однако наиболее частотными являются единицы с «природными» цветами: зеленый – растительность, голубой, синий – водоемы, воздух, коричневый – земля, почва и другие.

Наиболее частотными являются неологизмы с компонентом “green”, употребленные не в первоначальном значении: “1.Of the colour between blue and yellow in the spectrum; coloured like grass or emeralds” [159], а в значениях – “2.1Concerned with or supporting protection of the environment as a political principle. 2.2 (of a product or service) not harmful to the environment” [159].

Наиболее ярким примером являются единицы, используемые в атрибутивной функции в отношении продукции, производимой компанией:

“Dark green – describes a financial product that avoids investing in unethical companies” [162] (темно-зеленый – описывает финансовый продукт, который не инвестирует в неэтичные компании).

“Light green – describes a financial product that invests only in companies that have a positive ethical and ecological bias” [162] (светло-зеленый – описывает финансовый продукт, который инвестирует только в компании с положительным этическим и экологическим уклоном).

Настоящие лексемы не являются новым сочетанием, так как ранее были использованы для определения оттенков зеленого цвета: светло-зеленый, темно-зеленый, однако в значении «финансовый продукт, инвестирующий/не инвестирующий в компании с этическим и экологическим уклоном» данные лексемы используются впервые, что свидетельствует о расширении их значения – добавлении нового, ранее не существовавшего смысла.

Названные единицы составлены путем сочетания двух компонентов: оттенка цвета (dark/light) и самого цвета (green). Данные лексемы можно отнести к неологизмам вследствие использования в данных сочетания компонента green в значении “2.1Concerned with or supporting protection of the environment as a political principle” [159]. Компонент оттенка в этих единицах используется для придания сочетанию коннотативного значения: light – светлый (+), dark – темный (–). Оценка финансового продукта обозначена также и в дефинициях лексем: “avoids investing in unethical companies”/ “invests only in companies that have a positive ethical and ecological bias”, что подводит к выводу о том, что

продукт с компонентом *light* выступает «за» экологию, тогда как продукт с компонентом *dark* – «против» или безразличен к проблемам окружающей среды.

Помимо производства компании также занимаются и распространением продукции, данный процесс в английском языке звучит как “retailing”. Однако, как и производство, распространение может быть как экологически чистым, так и причинять вред окружающей среде (использование при транспортировке неэкологического топлива).

Стремление минимизировать урон, наносимый при распространении продукции, нашло свое отражение в неологизме *greentailing*. Данная лексическая единица образована путем слияния лексемы “green” с лексемой “retailing” и приобретает следующее значение:

“Greentailing – environmentally-friendly retailing” [156] (*greentailing* – экологичная розничная торговля):

“Working under the assumption that most consumers have some degree of environmental conscience, greentailing is good marketing practice” [156]

Включенная пресуппозиция, что большинство потребителей обладают экологической сознательностью, служит реализацией инспиративной и интегративной функций данного медиатекста. Адресант призывает людей нести экологическую ответственность за потребляемую продукцию, а также призывает потребителей присоединиться к экологической торговле – покупать экологичный товар.

Однако не всегда использование компонента “green” в составе неологизмов эколого-экономического дискурса связано с защитой окружающего мира. У данной лексической единицы есть также значение «зеленый свет» – свет или флаг, разрешающий продолжить действие “Green – 1.2. Denoting a green light or flag used as a signal to proceed” [159]. Благодаря этому значению зеленый цвет воспринимается как нечто положительное, а, значит, приобретает соответствующую коннотацию, что подтверждает следующий неологизм:

“Green Monday – the second Monday of December when many businesses offer online sales in time to ship at lower standard shipping rates or combine free shipping

with the sale” [163] (зеленый понедельник – второй понедельник декабря, когда многие компании вовремя предлагают онлайн-продажи для доставки по более низким стандартным тарифам доставки или совмещают бесплатную доставку с продажей).

Взаимодействие экономики с экологией прослеживается не только в неологизмах с компонентом *green*, но и в ряде других. Среди них можно выделить новую лексическую единицу, номинирующую целую область экономики, образованную путем добавления компонента *blue* по аналогии с известной зеленой экономикой “green economy”:

“Blue economy – the wealth created through the use of the world’s oceans, such as through jobs in the oil and fishing industries” [164] (голубая экономика – состояние, созданное благодаря использованию мировых океанов, например, благодаря работе в нефтяной и рыбной промышленности).

Под цветовым компонентом “blue” в настоящем неологизме понимается океан как средство извлечения прибыли. Океан играет одну из важнейших ролей в круговороте природы, а значит, использование его ресурсов наносит непоправимый ущерб экологии, что тем самым обуславливает негативную коннотацию данного неологизма. В некоторых случаях отмечена замена в лексеме компонента “blue” на единицу “ocean”.

Однако за последние десять лет данная лексема вошла в широкое употребление в массмедийном экономическом дискурсе, расширила свое значение и изменила коннотацию на положительную:

“Blue economy is a term in economics relating to the exploitation and preservation of the marine environment” [163] (синяя экономика – это термин в экономике, относящийся к эксплуатации и сохранению морской среды).

Сохранение водной среды обусловило появление еще одного неологизма в данной цепочке словообразования – “blue growth”, обозначающего поддержку роста морского сектора:

“Blue growth – support to the growth of the maritime sector in a sustainable way” [163] (синий рост – поддержка устойчивого роста морского сектора).

Таким образом, можно выделить семантическую цепочку, образовавшуюся в результате интеграции экологического и массмедийного дискурсов с компонентом цвета:



Рисунок 12 Blue growth

Положение сотрудника в компании прослеживаются в новой лексической единице “grass ceiling”:

“The grass ceiling – a point after which you cannot go any further, usually in improving your position at work” [152] (травяной потолок – точка, после которой нет возможности идти дальше, обычно по карьерной лестнице).

Настоящий неологизм является метафорой и обозначает невидимую преграду, которая не позволяет определенным группам общества (меньшинствам) подняться выше их уровня. Впервые лексема была использована феминистками в отношении их прав относительно повышения по карьерной лестнице, и хотя значение лексемы расширилось, она чаще встречается в контекстах, связанных с женскими именами:

“She has finally hit the grass ceiling of what these two leagues can offer her both personally and professionally” [178].

Производство является неотъемлемой частью экономики, в частности отдельных компаний и фирм. Как правило, продукт, выпускаемый на рынок, достаточно многочислен. Широкое производство в экономико-экологическом дискурсе сравнивается с идеей фермерства: массовое выращивание птицы и скота, что подтверждается рядом следующих неологизмов:

“Farm – a place involved in mass production to maximize profit at the expense of quality or other ethical considerations” [162] (ферма – это место, занимающееся массовым производством для максимизации прибыли за счет качества или других этических соображений).

“Click farm – an organized group of low-paid workers employed to click on particular parts of web pages, especially approval buttons in social media as a way of making businesses seem popular” [156] (click farm – организованная группа низкооплачиваемых работников, нанятых для того, чтобы нажимать на определенные части веб-страниц, особенно кнопки одобрения в социальных сетях, чтобы сделать бизнес популярным);

“Like-farming – the use of bogus pages on social media designed to do nothing more than artificially increase their popularity by tricking users into liking them so they can then be sold on or used for fraud” [156] (like-farming – использование фальшивых страниц в социальных сетях, предназначенных лишь для того, чтобы искусственно повысить их популярность, обманывая пользователей и получая их расположение, чтобы потом эти страницы можно было продать или использовать для мошенничества).

Образованные разными способами словообразования, данные лексемы содержат в себе сему “farm”, которая в дефинициях настоящих неологизмов проявляется в количественном признаке: 1) “ mass production ”; 2) “ an organized group ”; 3) “increase their popularity”.

Таким образом, взаимодействие экологического дискурса с экономическим очевидно. Новые способы вести чистую экономику требуют номинаций, что обуславливает появление неологизмов, называющих как саму экономику, так и людей, работу на производстве. После своего появления некоторые неологизмы данной группы претерпели изменения: их значение изменилось или расширилось.

3.3.4 Неологическая репрезентация концепта «экология» в массмедийном рекреационном дискурсе

Человек и природа неразделимы и находятся в постоянном взаимодействии друг с другом. Эта связь проявляется во всем: выборе места жительства, работы, образа жизни, продуктов питания, рекреации. Жизнь в

больших городах, вдали от природы, приводит к тому, что эта связь ослабевает, однако ее имплицитный характер заключается в том, что современный человек постоянно стремится сблизиться с природой различными способами: отдых в парке, поездка на рыбалку, восхождение в горы и другие.

Современные условия проживания в мегаполисах все чаще вызывают в человеке необходимость слияния с природой: находясь в городе, человек не может почувствовать исходную связь с ней, поэтому отправляется на поиски единения с природой.

Такие экстралингвистические факторы оказывают влияние на язык, что приводит к его обогащению новыми лексемами, номинирующей виды деятельности, связанные с единением с природой:

“Forest bath – an activity similar to meditation that involves sitting in a forest and focusing on your surroundings” [162] (лесная ванна – занятие, похожее на медитацию, которое включает в себя сидение в лесу и сосредоточение на своем окружении);

“Green care – the therapeutic use of nature, especially for people with mental health issues” [163] (зеленый уход – терапевтическое использование природы, особенно людьми с проблемами психического здоровья);

“Ecotherapy – a method of improving someone’s well-being by engaging them in outdoor activities such as gardening and conservation work” [166] (экотерапия – метод улучшения благосостояния человека путем вовлечения его в такие мероприятия на свежем воздухе, как работа в саду и консервация).

Настоящий ряд включает в себя двухкомпонентные лексеммы, образованные способом словосложения. Первый компонент отражает связь с природой и выражается в известных нам единицах: forest, green, eco – составляющих основу экологического концепта, в то время как во втором заключается сема «терапия»: bath, care, therapy.

Данные лексеммы также отражают взаимодействие экологического дискурса с дискурсом массмедиа. Естественная потребность людей в единении с

природой стала основой в новом способе лечения многих ментальных и психических заболеваний – экотерапии:

“Mind has funded 130 ecotherapy projects and helped more than 12,000 people in the process. One such project uses gardening and growing food to help people with mental health issues improve their sense of wellbeing. Green exercise therapy – walking in nature – has also proven to be effective” [183].

Все проекты экотерапии включают в себя прямое взаимодействие с природой: садоводство, выращивание еды, прогулка на открытом воздухе. Данный медиатекст выполняет репрезентативную функцию путем включения в текст точных сведений (количество проектов, число людей в этих проектах) и скрытую апеллятивную функцию, призывая реципиента при необходимости стать участником проекта экотерапии. Таким образом, современная экологическая ситуация наряду с повседневными стрессами обуславливают появление новых основанных на единении с природой направлений, для номинации которых используются неологизмы данной группы.

Однако современный человек стремится взаимодействовать с природой не только в лечебных целях. Появление новых направлений в различных видах спорта связано с выбором необычной природной локации. Сочетание лексемы, обозначающей местность, с единицей, номинирующей ранее известный вид спорта, образует целый ряд неологизмов:

“Snow diving – the activity of jumping into snow, dressed in swimwear and endeavouring to ‘swim’ through the snow” [162] (снежный дайвинг – прыжки в снег в купальных костюмах и стремление плавать по снегу);

“Skyrunning – the sport of running at 2k metres or more above sea level” [163] (воздушный бег - бег на высоте 2 000 метров над уровнем моря);

“Cage diving – a tourist activity in which people are lowered into the sea in steel cages and sharks are lured near them” [152] (дайвинг в клетках – туристическая деятельность, при которой людей спускают в море в стальных клетках, а вокруг них заманивают акул);

“Volcano boarding – the activity of moving down the side of a volcano while standing, sitting or lying on a board similar to a snowboard” [153] (вулканический бординг – движение по склону вулкана, стоя, сидя или лежа на доске, похожей на сноуборд).

Настоящие лексемы образованы способом сложения из двух компонентов, первый из которых номинирует место осуществления деятельности (snow, sky, volcano cage), в то время как второй (running, diving, boarding) обозначает род занятия. Примечательно, что медиатексты, служащие контекстом данным неологизмам, обладают всеми функциями, присущими текстам медиадискурса: гедонистическая функция реализуется благодаря развлекательному содержанию текста; гармонизирующая – позволяет реципиенту получить удовольствие от возможности принять участие в новых видах деятельности; инспиративность достигается благодаря воодушевлению адресата, желанию заняться одним из описываемых видов спорта; интегративная функция – возможность стать частью спортивного сообщества, найти друзей по интересам.

Образование неологизмов с компонентом места, номинирующих деятельность человека, также путем сложения двух лексем, последняя из которых называет местность (safari), в то время как первая выполняет атрибутивную функцию, на основе которой прослеживается взаимосвязь человека (human) с этой местностью и родом занятия:

“Human safari – a trip in which tourists can glimpse indigenous peoples” [153] (человеческое сафари – поездка, во время которой туристы могут увидеть коренной народ).

Продолжает этот ряд лексема “weather tourist”, обозначающая человека, проводящего отпуск в наблюдении торнадо, ураганов и других суровых природных явлений:

“Weather tourist – a person whose vacation consists of tracking down and observing tornados, hurricanes, and other severe weather phenomena” [165] (погодный турист – человек, чей отпуск состоит из обнаружения и наблюдения торнадо, ураганов и других суровых погодных явлений).

Очевидно, что данный род занятий представляет странным как для обычного реципиента, так и для самого автора медиатекста:

“Frank is a weather tourist, an odd but growing breed that plans its holidays around spectacularly awful weather” [165].

И хотя настоящий текст содержит в себе коннотативный компонент “odd”, выражающий отношение автора к «погодным туристам», сам текст лишен всех функций, за исключением репрезентативной.

Несмотря на продуктивность способа образования путем сочетания двух лексем разных тематических групп, существуют также номинирующие деятельность людей неологизмы, образованные путем конверсии – перехода лексем из одной части речи в другую. Так, неологизм “to ice-block” является глаголом, образованным от составного существительного an ice block – кусок льда, и обозначает действие – кататься с горы на куске льда:

“To ice-block – to slide down a hill while sitting on a large block of ice, typically done during hot summer weather as a means to cool off” [153] (to ice-block – скользить вниз по склону, сидя на большом глыбе льда, обычно в жаркую летнюю погоду как средство для охлаждения).

Несомненно, взаимосвязь природы и человека отражается не только в рекреационных видах деятельности, но также и в созидательных, а именно связанных с разведением скота и фермерством в целом. Новые явления в агрокультуре требуют вербального оформления. Неологизм “fly grazing”, образованный путем сложения, обозначает пастьбу скота на общественной или частной территории без полученного разрешения:

“Fly-grazing – the activity of leaving animals to graze (= to eat grass growing in a field) on private or public land without permission” [156] (свободный выпас – деятельность, позволяющая животным пастись (есть траву, растущую в поле) на частной или общественной земле без разрешения).

Появление данного неологизма сразу же обусловило введение в английскую речь лексем, номинирующей человека, осуществляющего этот вид деятельности:

“A fly grazer – a person who leaves animals to graze on private or public land without permission” [156] (свободный пастух – человек, который оставляет животных пастись на частной или общественной земле без разрешения).

Образование неологизмов и дериватов происходит согласно существующим моделям словообразования, где суффикс “-ing” обозначает отглагольное существительное, называющее род деятельности, а “-er” – лицо, занимающееся этой деятельностью.

Потребительское отношение к природе и окружающему миру откладывает отпечаток и на агрокультуре. Все чаще убийство скота/животных осуществляется не только для употребления в пищу, но и ради спортивного интереса или других целей. Такой вид деятельности находит свое отражение в следующих неологизмах:

“Killage – the act of hunting and killing an animal for sport and/or food apparent meaning” [152] (убийство – акт охоты и убийства животного для спортивного и / или пищевого интереса);

“Canned hunting – the hunting of animals which have been bred to be hunted. The animals are kept within a confined space and cannot escape” [156] (консервированная охота – охота на животных, разводимых для охоты. Животные содержатся в замкнутом пространстве и не могут убежать);

“Frog giggin’ – is when girls go out into the woods with a hand gun, or pointed sticks, to shoot frogs” [162] (охота на лягушек – выход в лес девушек с пистолетом или заостренными палками, чтобы стрелять в лягушек).

Подобно ранее описанным неологизмам, данный ряд лексем образован как аффиксальным способом образования (kill + -age), так и способом сложения с отглагольным существительным с суффиксом -ing. Однако в составе лексемы “canned hunting” можно обнаружить метафорическое значение: возвращение животных до возраста взрослой особи с целью дальнейшего убийства сравнивается с консервированной едой, которая, как известно, имеет долгий срок хранения:

“Canned – canned food is preserved in a round metal container” [158]
(консервированный – консервированная еда, хранящаяся в металлических контейнерах)

Экспрессивная функция, выполняемая данными неологизмами, прослеживается на основе негативно окрашенных лексем, участвовавших в их образовании: hunting, gigging, to kill.

Таким образом, экология взаимодействует с человеком не только в отношениях проблема – ее решение, но и в его рекреационной деятельности. Неологизмы данного дискурса подразделяются на две группы – способ отдыха, лечения через уединение с природой и новые экстремальные виды спорта и времяпрепровождения, однако выделился и ряд слов, связанный с охотой, убийством или истязанием животных.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 3

1. Возникновение неологизмов в концепте «экология» обуславливается совокупностью лингвистических и экстралингвистических факторов. Антропоцентрический подход позволил рассмотреть человечество как причину возникновения негативных изменений в мировой экологии и как способ их решения, что объясняет появление целой группы неологизмов, номинирующих человека: человек – вредитель, человек – спаситель (Рис.7). Номинации требуют и сами изменения или вызываемые ими явления (чаще негативные), которые, согласно фрейму «Природные изменения», признаются или отрицаются человеком (слоты «Признание», «Отрицание»). Данные явления, оказывая влияние на разные сферы жизни человека, служат причиной появления новой лексики, возникшей в результате взаимодействия экологического дискурса с другими типами дискурсов.

2. Актуальность экологических проблем прослеживается в языке на основе частотного употребления лексических единиц “ecology” и “climate”, корневые морфемы которых участвуют в образовании ряда неологизмов, имеющих отношение к глобальной экологической проблеме изменения климата и выполняющих в медиатекстах преимущественно информативную и апеллятивную функции, реализуемые с помощью их денотативных и коннотативных компонентов. Большая часть представленных неологизмов данной группы образована способами словосложения и контаминации. В отдельных случаях отмечается способность новых слов к образованию дериватов при помощи аффиксации.

3. Номинация природных изменений и связанных с ними явлений, обусловленных экологическими проблемами, в большинстве случаев реализуется при помощи образованных словосложением неологизмов, одна корневая морфема которого называет само явление (thunder, tornado, frost и другие), а вторая – служит атрибутивной функцией или сравнивает описываемое явление с уже существующим (quake, storm, snow). Более того, неологизмы

данной группы служат отражением отношения человека к самим проблемам (признание или отрицание), представленного в виде фреймов “Thermisceptic”, “Global weirding”. В текстах массмедийного экологического дискурса настоящие лексемы выполняют преимущественно репрезентативную функцию.

4. Загрязнение как одна из наиболее острых глобальных экологических проблем отражается в ряде неологизмов, встречающихся в текстах массмедийного дискурса. На основе иерархических отношений между слотами модели (фреймы «Загрязнение», «Загрязнение воды», «Загрязнение пресных вод»), структурирующие знания по проблеме загрязнения, образуют фреймовую систему, репрезентирующую влияние загрязнения воды как на природу, так и на человека. Охватывая разные области загрязнения: воздух, воду, почву и другие (фрейм «Загрязнение») – неологизмы настоящей группы наряду с репрезентативной и апеллирующей часто выполняют интегративную функцию: адресант сообщения призывает адресата стать частью экологического сообщества или предпринять действия по уменьшению загрязнения в месте проживания. Негативная коннотативная окраска – основная характеристика неологизмов, служащих описанием последствий загрязнения. Компонент цвета также характерен для лексических единиц данной группы.

5. Глобальный характер экологических проблем обусловил изменения не только в окружающем мире, но и в разных сферах жизни человека. Экология оказала влияние на выбор жилья, видов отдыха, рациона питания и экономику, обозначив интеграцию экологического дискурса с бытовым, рекреационным, гастрономическим и экологическим видами дискурсов. Неологизмы, представленные в текстах массмедиа и образовавшиеся на стыке экологического и гастрономического дискурсов, преимущественно выполняют интегративную и инспиративную функции, призывая адресата отказаться от употребления мяса в пищу или заменить его на рыбу. Те же функции свойственны неологизмам, образованным в результате интеграции бытового и экологического дискурсов: номинация выбора жилья и средств передвижения, которые сведут к минимуму вред, наносимый окружающей среде, а также зеленых построек и сооружений,

улучшающих экологию местности. Новая лексика, служащая обозначением ранее не существовавших видов отдыха и спорта, отличается реализацией гармонизирующей и гедонистической функций в текстах СМИ. Взаимодействие экономического и экологического дискурсов естественно: производство оказывает высокое негативное влияние на окружающий мир. Неологизмы, принадлежащие одновременно к двум названным типам дискурсов, номинируют как понятия, связанные с потребительским отношением к природе, так и экономические решения проблем экологии. Все коннотативно окрашенные единицы выполняют экспрессивную функцию в тексте. Словосложение и контаминация – основные способы образования неологизмов, появившихся в результате интеграции экологического с другими типами дискурсов. Использование известных реципиенту корневых морфем и созвучность новых лексем с уже существующими помогает адресанту точно передать мысль и оказать воздействие на адресата текста. Исходя из этого, можно заключить, что словосложение и контаминация являются типичными для массмедийного дискурса способами образования лексических единиц.

Таким образом, новая лексика, образованная по существующим в английском языке словообразовательным моделям, служит репрезентацией современных экологических процессов и то, какое место они занимают в когнитивной картине мира человека. Следовательно, через неологические репрезентанты концепта «экология» можно проанализировать картину мира англоязычного носителя

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящее диссертационное исследование посвящено изучению особенностей номинативных процессов и функционирования неологизмов, представленных в массмедийном экологическом дискурсе.

В основе исследования рассматривается массмедийный экологический дискурс как совокупность текстов, отражающих в средствах массовой информации мировую экологическую ситуацию. Было показано, что для номинации ранее не отмеченных природных явлений и возможных решений экологических проблем необходим новый пласт лексики – неологизмы.

В ходе исследования был применен лингвокогнитивный подход с целью выявления новых лексических единиц и описания их функций в медиатекстах. В работе рассмотрены словообразовательные модели, по которым были образованы изучаемые неологизмы. Описаны семантические особенности новых лексем концепта «экология» и их функционирование в текстах СМИ. Отмечено взаимодействие массмедийного экологического дискурса и других видов дискурсов: гастрономического, бытового, экономического и рекреационного – в результате которого были образованы неологизмы, принадлежащие одновременно нескольким типам дискурсов. Выявлены общие и дифференцирующие характеристики неологизмов каждой семантической группы.

В исследовании были использованы как общие методы анализа: контекстуальный, описательный, дифференцирующий, так и специальные: метод моделирования при построении фреймовых структур, метод компонентного лингвосемантического анализа, метод непосредственно-составляющих (НС) и метод контекстуального анализа, в ходе которого исследовались функции неологизмов в медиатекстах.

Анализ показал, что для номинации не существовавших ранее явлений или понятий человек использует неологизм, который в большинстве случаев образуется по известным словообразовательным моделям, наиболее частотной

из которых является словосложение – 49%, контаминация – 31%, аффиксация – 12 % и 8 % – другие случаи (аббревиатуры, клиппинг). Обнаруженная частотность словосложения и контаминации в образовании исследуемых неологизмов, представленных в медиатекстах, позволяет заключить, что данные способы словообразования являются типичными для новых лексических единиц массмедийного дискурса.

В лексемах, образованных словосложением и численно преобладающих над другими, отмечается частотное использование единиц, в составе которых отмечаются компоненты, напрямую связанные с экологией “eco”, “ecology”, “ecological” (*eco-guard, eco-thriller*), а также обозначающие принадлежность к какой-либо экологической проблеме (*climate justice* – климатические изменения, *phantom spring* – глобальное потепление, *airpocalypse* – загрязнение воздуха). Отдельное внимание уделяется номинации человека, который рассматривается в структуре глобальных экологических проблем как причина возникновения и способ их решения (*zero-waster, litter vigilante*).

Образование новых лексических единиц на основе уже существующих свидетельствует о том, что создатель неологизма подсознательно сравнивает называемое понятие или явление с известным и вербально закрепленным в его когнитивной картине мира. Исходя из этого, можно заключить, что неологизмы не существуют хаотично в сознании человека, а занимают свое место в ментальном информационном пространстве, представленным в виде особенных когнитивных структур – фреймов.

Фреймовое представление информации в концепте «экология» помогает человеку структурировать имеющиеся знания в виде иерархически организованных структур, ячейки которых заполняются в соответствии с необходимым запросом. Иерархическая организация фрейма позволяет образовывать гиперструктуры – расположение фреймов на последовательных ступенях в соответствии с их слотами. Отношения между слотами фреймов «Загрязнение», «Загрязнение воды», «Загрязнение пресных вод» позволяют заключить, что данные модели образуют фреймовую систему.

Неологизация экологических процессов происходит так быстро вследствие того, что экологический дискурс становится массмедийным. Медиатексты поступают к реципиенту по многочисленным медиаканалам: телевидение, радио, интернет. Все они отличаются высокой скоростью и оперативностью при передаче информации. Также важно отметить, что в массмедийном дискурсе, характеризующемся информационной избыточностью, неологизмы служат средством привлечения внимания реципиента к содержанию текста.

Несмотря на новизну, неологизм, представленный в медиатексте, воспринимается реципиентом без затруднений, так как его концептуальная и языковая картины мира схожи с картинами мира автора; кроме того, новое слово привлекает внимание адресата, тем самым помогая адресанту достичь главной цели медиатекста – воздействовать на сознание реципиента. Более того, неологизм, использованный в медиатексте, перестает быть авторским, так как мгновенно распространяется по медиаканалам и используется в других текстах медиадискурса. Функциональность новых лексических единиц не ограничивается общими функциями: репрезентативной, апеллятивной и экспрессивной – отмечается наличие гармонизирующей, гедонистической, инспиративной и интегративной функций неологизмов текстах массмедийного экологического дискурса.

При помощи лингвокогнитивного анализа удалось выявить, что большая часть неологизмов выполняет экспрессивную функцию благодаря наличию в них коннотативных компонентов. Неологизмы со знаком «-» номинируют негативные процессы и явления, происходящие в экологии, а новые лексические единицы, отмеченные знаком «+», чаще всего используются в номинации возможных решений экологических проблем и участвующих в них людей. Таким образом, неологические репрезентанты концепта «экология» обладают яркой оценочностью. Однако отмечается неспособность исследуемой лексики переходить в терминологический аппарат науки «экология».

Глобальность проблем окружающей среды отмечается также и в том, что плохая экология стала негативно сказываться не только на природе, но и на

самом человеке. Современный человек задумывается о том, какую пищу потреблять, из какого материала строить дом, как проводить свое время и как заработать без нанесения вреда окружающей среде и себе самому. На основе этого было выявлено, что массмедийный экологический дискурс проник в ряд других дискурсов: гастрономический, бытовой, рекреационный, экономический, в ходе чего произошла их интеграция. В результате названной интеграции появилась новая лексика, семантическое наполнение которой позволяет отнести ее сразу к двум разным типам дискурсов.

Представляется, что предложенный в ходе исследования анализ новой лексики может быть использован для изучения неологизации экологических процессов, возникших в результате интеграции массмедийного экологического дискурса и с другими типами дискурсов. Рассмотрение таких аспектов, как построение фреймовых систем в экологическом дискурсе и взаимодействующих с ним типов дискурсов, а также исследование когнитивной картины мира при помощи изучения особенностей номинации на основе метафоры планируется в дальнейших исследованиях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамов, В. П. Современное состояние языка СМИ / В. П. Абрамов, Е.С. Бойко // В сборнике: Традиции и инновации в массовой коммуникации. Материалы первой междунар. научно-практ. конференции. – 2019. – С. 25-28.
2. Абросимова, Л. С. Когнитивно-словообразовательный и социолингвистический анализ единиц вторичной номинации (на материале английских неологизмов) / Л. С. Абросимова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2011. – № 3. – С. 114-121.
3. Авидзба, А. В. Медиадискурс как составляющая информационного пространства / А. В. Авидзба // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2016. – № 1(21). – С. 35-40.
4. Адясова, Л. Е. Концепт Советский союз и его языковая экспликация в современном российском медиадискурсе: дис. ...канд. филол. наук : 10.02.01 / Адясова Людмила Евгеньевна. – Нижний Новгород, 2015. – 269 с.
5. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
6. Аскольдов, С. А. Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология / С. А. Аскольдов. – М., 1997. – 273 с.
7. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 1996. – 606 с.
8. Бабушкин, А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А. П. Бабушкин. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1996. – 337 с.
9. Бармина, Е. А. Манипулятивность медиадискурса. В сборнике: концепт и культура: диалоговое пространство культуры: языковая личность. текст. дискурс / Е. А. Бармина. – Кемерово, 2016. – С. 425-430.

10. Баранов, А. Н. Политический дискурс: методы анализа тематической структуры и метафорики / А. Н. Баранов, О. В. Михайлова, Г. А. Сатаров, Е. А. Шипова. – М. : Фонд Индем, 2004. – 94 с.
11. Басинская, М. В. Метафора и метонимия как семантические механизмы создания неологизмов в англоязычном экологическом дискурсе / М. В. Басинская // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. – 2016. – №13 – С. 206-214.
12. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин. – М. : Русские словари, 1997. – Т.5. – С. 159–206.
13. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / сост. С. Г. Бочаров. – М. : Искусство, 1986. – 445 с.
14. Белова, Е. В. Структурно-содержательные особенности бытового конфликтного дискурса: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19 / Елена Витальевна Белова. – Тверь, 2016 – 170с.
15. Бердникова, Д. В. Языковая картина мира как часть концептуальной картины мира // Актуальные проблемы преподавания иностранных языков в неязыковых вузах / Д. В. Бердникова. – СПб.: НИУ ВШЭ, 2010. – С. 271-278.
16. Боброва, А. В. Концепты одиночество и уединение в художественной картине мира А. Битова: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01 / Боброва Анна Витальевна. – Новосибирск, 2017. – 199 с.
17. Болдырев, Н. Н. Концепт и значение слова / Н. Н. Болдырев // Методологические проблемы когнитивной лингвистики : сб. Воронеж. гос. ун-т ; науч. ред. И. А. Стернин. – Воронеж, 2001. – С. 25-35.
18. Болдырев, Н. Н. Репрезентация знаний в системе языка / Н. Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2007. – №4. – С. 17-27.
19. Бугрышева, Е. С. Особенности образования ономастических реалий-неологизмов в контексте медийного (TV) дискурса (на материале английского, французского и русского языков): дис. ...канд. филол. наук: 10.02.20 / Бугрышева Екатерина Сергеевна. – Мытищи, 2020. – 161 с.

20. Буданова, С.Г. Массово-информационный дискурс в современном вторичном рекламном тексте / С. Г. Буданова, А. Г. Рябина // В сборнике: Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции. – 2019. – С. 17-23.
21. Буянова, Л. Ю. Семиотика рекламной дискурсии как фактор языковой эволюции / Л. Ю. Буянова // В сборнике: Современные информационные и коммуникативные технологии в глобальном мире: вызовы и возможности. – 2017. – С. 320-323.
22. Бюлер, К. Репрезентативная функция языка: Пер. с нем. / К. Бюлер; Ред. Т. В. Булыгина. – М. : Прогресс-Универс, 1993. – 503 с.
23. Васильева, Е. Ю. Медиадискурс и его коммуникативная область в сборнике: социально-экономические исследования, гуманитарные науки и юриспруденция: теория и практика сборник материалов XII Международной научно-практической конференции / Е. Ю. Васильева. – 2017. – С. 122-127.
24. Валгина, Н. С. Теория текста / Н. С. Валгина. – М. : «Логос», 2003. – 234 с.
25. Венедиктова, Л. Н. К вопросу о содержании понятия «концепт» / Л. Н. Венедиктова // Мир человека и мир языка: коллективная монография. – Кемерово: ИПК «Графика», 2003. – С. 24-32.
26. Виноградов, В. В. О языке художественной прозы : избр. труды / В. В. Виноградов. – М. : Наука, 1980. – 360 с.
27. Виноградова, Е. А. Репрезентация концепта «Failure» фразеологическими единицами современного английского языка : дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04 / Виноградова Екатерина Анатольевна. – Белгород, 2015. – 295 с.
28. Винокур, Г. О. Маяковский новатор языка / Винокур Г.О. // О языке художественной литературы. – М., 1991. – С. 317-407.
29. Витгенштейн, Л. Логико-философский трактат / Л. Витгенштейн. – М., 1958. – 133 с.

30. Володина, М. Н. Язык СМИ и информационно-языковая экология общества // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под. ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический Проект, 2011. – С. 6-19.
31. Воркачев, С. Г. Концепт как «зонтиковый термин» / С.Г. Воркачев // Язык, сознание, коммуникация. – М., 2003. – Вып. 24. – С. 5–12.
32. Воркачев, С. Г. Вариативные и ассоциативные свойства телеономных лингвоконцептов / С.Г. Воркачев. – Волгоград: Парадигма, 2005. – 214 с.
33. Гацалова, Л. Б. Принципы лексикографической репрезентации и языковой адаптации неологизмов / Л. Б. Гацалова. – Владикавказ: Изд-во СОГПИ, 2005. – 80 с.
34. Грушевская, Т. М. Особенности женской национальной картины мира (на материале дискурс СМИ) / Т. М. Грушевская, Н. Ю. Фанян // Лингвистика будущего: новые тенденции и перспективы. – 2019. – С. 75-78.
35. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь): учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. – М.: Наука, 2008. – 264 с.
36. Джабраилова, В. С. Медийный дискурс как объект лингвистического исследования / В. С. Джабраилова, М. П. Фомичева // Тенденции развития науки и образования. – 2019. – № 46. – С. 56-61.
37. Добросклонская, Т. Г. Масс медийный дискурс как объект научного описания / Т. Г. Добросклонская // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. – 2014. – № 13 (184). – С. 181-187.
38. Драчёва, С. И. Экспериментальное исследование вербального содержания этнической концептуальной системы / С. И. Драчева // Текст: структура и функционирование. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 1997. – Вып. 2. – С. 60-64.
39. Ежова, Е. А. Фрейм как метод структурирования логико-семантического пространства системы / Е. А. Ежова // Современные научные исследования и инновации. – 2013. – № 10 (30). – С. 33.

40. Ерпилова, Е. И. Новое слово в современном медиадискурсе / Е. И. Ерпилова // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. – 2015. – № 2 (15). – С. 48-53.
41. Желтухина, М. Р. Медиадискурс. / М.Р. Желтухина // Дискурс-Пи. – 2016. – № 3-4 (24-25). – С. 292-296.
42. Желтухина, М. Р. О содержании дискурса масс-медиа / М.Р. Желтухина // Вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка. – 2007. – № 11(128). – С. 27-40.
43. Желтухина, М. Р. Роль информации в медиадискурсе / М.Р. Желтухина // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. – 2010. – № 3. – С. 12-18.
44. Желтухина, М. Р. Функции масс-медиа дискурса. Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе / М.Р. Желтухина // Межвузовский сборник научных трудов. – 2007. – С. 191-201.
45. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е, испр. и доп. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.
46. Зайцева, А. В. Типология текстов экологического дискурса ФРГ : дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04 / Зайцева Алла Валерьевна. – Смоленск, 2014. – 253 с.
47. Залевская, А. А. Национально-культурная специфика картины мира и различные подходы к ее исследованию / А.А. Залевская // Языковое сознание и образ мира: Сб. статей. – М. : ИЯ РАН, 2000. – С. 39-54.
48. Иванова, С. В. Лингвокультурологический аспект исследования языковых единиц: дисс. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Иванова Светлана Викторовна. – Уфа, 2003. – 364 с.
49. Ивашкевич, И. Н. Фрейм как структура представления знаний в когнитивном аспекте / И.Н. Ивашкевич // Вестник РУДН, серия Лингвистика. – 2011. – № 2. – С. 77-81.

50. Исаева, Л.А. Специфика представления концепта «мир» в современной политической аналитике (на материале современных российских изданий) / Л. А. Исаева, В. В. Дробан // В сборнике: Континуальность и дискретность в языке и речи. Материалы VII Всероссийской научной конференции. – 2019. – С. 94-97.
51. Карасик, В. И. Языковое проявление личности / В.И. Карасик. – Волгоград: Парадигма, 2014. – 450 с.
52. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
53. Карасик, В. И. Лингвокультурный концепт как единица исследования / В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Сборник научных трудов. – Воронеж, 2001. – С. 76–77
54. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 263 с.
55. Кожемякин, Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – № 2 (83). – С. 13-21.
56. Кожина, М. Н. Стилистика русского языка : учеб. пособие / М. Н. Кожина. – 3-е изд, перераб. и доп. – М. : Просвещение, 1993. – 224 с.
57. Клушина, Н. И. Интенциональная конфигурация медийного пространства / Н. И. Клушина // Политическая лингвистика. – 2013. – № 2(44). – С. 40-46.
58. Клушина, Н. И. медиаграмотность и ее роль в информационную эпоху / Н. И. Клушина // В сборнике: Динамика языковых и культурных процессов в современной России. – 2014. – С. 101-105.
59. Козько, Н. А. К вопросу о средствах языковой репрезентации концепта / Н. А. Козько // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2012. – № 2 (13). – С. 78-81.

60. Корецкая, О. В. Стилистическое своеобразие медиадискурса (на материале англоязычных сми) / О. В. Корецкая // Преподаватель XXI век. – 2016. – № 1-2. – С. 384-391.
61. Костомаров, В. Г. Языковой вкус эпохи / В. Г. Костомаров. – СПб., 1999. – 320 с.
62. Краснова, И. О. Право и экологические проблемы современности Аграрное и земельное право / И. О. Краснова. – 2005. – № 8. – С. 130-143.
63. Красных, В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис». – 2003. – 375 с.
64. Крюкова, Г. А. Концепт. Определение объема содержания понятия / Г. А. Крюкова // Известия Российского государственного педагогического университета им А.И. Герцена. – 2008. – № 59. – С. 128-135.
65. Кубрякова, Е. С. Об одном фрагменте КА слова «память» / Е. С. Кубрякова // Логический анализ языка. Культурные концепты. – М.: Наука, 1991. – 204 с.
66. Кубрякова, Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, П.Г. Лузина. – М. : Фил. фак-тет МГУ им. М.В.Ломоносова, 1996. – 245 с.
67. Ломинина, З. И. Когнитивно-прагматический аспект изучения экологического дискурса / З. И. Ломинина // В Сборнике: язык и культура. Сборник Статей XXVI Международной Научной Конференции. – 2016. С. 136-138.
68. Лихачев, Д. С. Концептосфера русского языка // Русская словесность: от теории словесности к структуре текста: антология / Д. С. Лихачев. – М. : Академия, 1997. – 287 с.
69. Лукашевич, Е. В. Теория значения слова: эволюционно-прогностический аспект : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Лукашевич Елена Васильевна. – М., 2003. – 341 с.

70. Лучинская, Е. Н. Формирование медийной картины мира в информационном обществе / Е. Н. Лучинская, А. В. Осташевский // Вестник Пятигорского государственного университета. – 2019. – № 4. – С. 114-116.
71. Лыткина, О. И. Исследование дискурса в рамках сдвига научной парадигмы: фрейм и концепт / О. И. Лыткина, Л. В. Селезнева // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2011. – № 3 (91). – С. 206-213.
72. Макеева, М. А. Фрейм как способ представления знаний в концепте «экология» / М. А. Макеева // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – Воронеж, 2018. – № 2 (29). – С. 121-125.
73. Маринова, Е. В. Основные понятия и термины неологии / Е. В. Маринова // Языки профессиональной коммуникации: материалы Международной научной конференции. – М., 2003. – С. 243-247.
74. Маруневич, О. В. Концепт «иностранец»: лингвокогнитивный и аксиологический аспекты (на материале русского и английского языков) : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.20 / Маруневич Оксана Викторовна. – Пятигорск, 2009. – 26 с.
75. Маслова, В. А. Лингвокультурология. Учебное пособие / В.А. Маслова. – М. : Academia, 2001. – 202 с.
76. Минский, М. Фреймы для представления знаний / М. Минский. – М. : Энергия, 1979. – 228 с.
77. Миркин, Б. М. Проблемы, понятия и термины современной экологии словарь-справочник / Б. М. Миркин, Л. Г. Наумова. – Уфа, 2010. – 240 с.
78. Найда, Ю.К. К науке переводить / Ю.К. Найда // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М.: Международные отношения. – 1978. – С. 114-137.
79. Нерознак, В. П. От концепта к слову : к проблеме филологического концептуализма / В. П. Нерознак // Вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков. – Омск, 1998. – С. 80-85.

80. Нерушева, Т. В. Фреймовая организация семантического поля / Т. В. Нерушева // Гуманитарные науки и образование. – 2013. – № 2 (14). – С. 95-100.
81. Нечай, Ю. П. Прагматика реализаций языковой и речевой экспрессивности / Ю. П. Нечай, В. Г. Шишкина // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований. – Краснодар, 2017. – С. 99-107.
82. Нохрин, А. В. Вербализация концептосферы «моральные ценности» в научном экологическом дискурсе / А. В. Нохрин // Вестник Южно-Уральского гос. унив-та. Серия: Лингвистика. – 2016. – № 3. – С. 68-76.
83. Овсянников, В. В. Глобальная организация стилистического контекста в англоязычном газетном стиле / В. В. Овсянников // Вестник Санкт-Петербургского Университета. – 2001. – С. 67–75.
84. Оломская, Н. Н. Когнитивный подход к изучению дискурса PR как основной метод исследования / Н.Н. Оломская // В мире научных открытий. – 2010. – № 4-7 (10). – С. 101-103.
85. Олянич, А. В. Презентационная теория дискурса: Монография / А. В. Олянич. – М.: Гнозис, 2007. – 407 с.
86. Павиленис, Р. И. Проблема смысла: Современный логико-функциональный анализ языка / Р. И. Павиленис. – М., 1983. – 286 с.
87. Павловская, О. Е. Концепт война в современном кинодискурсе / О. Е. Павловская, Н. С. Шушанян // В книге: Межкультурные коммуникации. Тезисы докладов участников международной научной конференции. – 2017. – С. 13-14.
88. Парамонов, Е. Г. Современные проблемы экологии и природопользования. учебно-методическое пособие / Е. Г. Парамонов // Институт водных и экологических проблем СО РАН. – Барнаул, 2010. – 144 с.
89. Парахина, И. С. Интерпретация концептосферы «окружающая среда» / И. С. Парахина // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: гуманитарные науки. – 2018. – №05/2. – С. 129-131.

90. Патюкова, Р. В. Дискурс – коммуникация – текст: к вопросу о корреляциях и системных характеристиках / Р. В. Патюкова // Научная мысль Кавказа. – 2010. – № 4 (64). – С. 126-130.
91. Петрова, Е. Е. Концепт «ecology» в синхронии и диахронии / Е. Е. Петрова // В сборнике: Сборник избранных статей по материалам научных конференций ГНИИ «Нацразвитие». – 2019. – С. 65-70.
92. Петрушова, Е. В. Фреймовый подход к организации и репрезентации знаний Культурная жизнь Юга России / Е. В. Петрушова. – 2012. – № 2 (45). – С. 60-62.
93. Пищальникова, В. А. История и теория психолингвистики: курс лекций. ч. 2 этнопсихолингвистика / В. А. Пищальникова. – М. : МГЛУ, 2007. – 228 С.
94. Полатовская, О. С. Когнитивный анализ фрейма-сценария «Дискредитация» (на материале выступлений американских политических деятелей по ситуации в Сирии) / О. С. Полатовская // Вестник ОГУ. – 2013. – №11 (160).
95. Полякова, Е. И. Определение концепта на основе лингвокультурологического подхода / Е. И. Полякова // Альманах совр. наук. и обр-я. – Тамбов: Грамота, 2011. – № 10 (53). – С. 155-156.
96. Попова, Е. С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте / Е. С. Попова // Изв. Урал. гос. ун-та. – Екатеринбург, 2002. – № 24. – С. 276-288.
97. Попова, З. Д. Когнитивная лингвистика. Учебное издание / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Москва. АСТ: «Восток-Запад», 2007. – 226 с.
98. Попова, З. Д. Язык и национальная картина мира / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж, 2002. – 59 с.
99. Потebня, А. А. Слово и миф / А.А. Потebня. – М. : Правда, 1989. – 624 с.
100. Приходько, А. Н. Концепт и концептосистемы / А. Н. Приходько. – Днепропетровск, 2013. – 307 с.

101. Пром, Н. А. Функции реальности медиадискурса / Н. А. Пром // В сборнике: Вопросы совр. филол. в контексте взаимодействия языков и культур. – 2019. – С. 137-141.
102. Прохоров, Ю. Е. В поисках концепта / Ю.Е. Прохоров. – М. : Флинта-Наука, 2011. – 176 с.
103. Реформатский, А. А. Введение в языковедение: Учебник для вузов / А. А. Реформатский. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 536 с.
104. Рогозина, И. В. Функции и свойства медиатекста как гетерогенной когнитивной структуры / И. В. Рогозина // Медиатекст: стратегии – функции – стиль. – Орел, 2010. – С. 119-127.
105. Ромашина, О. Ю. Положительная эмоциональная манипуляция в русских и английских медиатекстах / О. Ю. Ромашина // Совр. парадигма гуманит. исслед-й: проблемы филолог. и культуролог. – М., 2015. – С. 213-219.
106. Рядчикова, Е. Н. Когнитивно-ментальная сфера как предмет изучения современной лингвистики / Е. Н. Рядчикова // Континуальность и дискретность в языке и речи. – 2017. – С. 120-124.
107. Сальникова, В. В. Лексический компонент языковой картины мира ребёнка: динамический аспект : дис. ...канд. филол. наук : 10.02.01 / Сальникова Вера Владимировна. – Уфа, 2015 – 494 с.
108. Самситова, Л. Х. Понятие концепта в лингвокультурологии: история развития, структура, классификация / Л. Х. Самситова, Г. М. Байназарова // Вестник Башкирского университета. – 2014. – №4. – С. 1373-1378.
109. Санжарова, О. Н. Фрейм как концептуальная база знаний и как система языковой репрезентации этих знаний / О. Н. Санжарова // Известия СПбГЭУ. – 2015. – № 1 (91). – С. 127-130.
110. Серию, П. Анализ дискурса во Французской школе (Дискурс и интердискурс) / П. Серию // Семиотика: Антология. – М. : Академический Проект, 2001. – С. 549-562.
111. Степанов, Ю. С. Константы: Словарь русской культуры / Ю. С. Степанов // Константы. – М., 2001. – 825 с.

112. Сомова, Е. Г. Оригинальные стратегии в текстах телерекламы / Е. Г. Сомова // Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций. – 2018. – С. 115-122.
113. Сулина, О. В. Политический медиадискурс как элемент дискурсивного пространства / О. В. Сулина // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Филология. Журналистика. – 2014. – № 1. – С. 217–222.
114. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2008. – 264 с.
115. Темирлиева, З. С. Экологическая проблема как глобальная проблема современности / З. С. Темирлиева // В мире научных открытий. – 2010. № 4-15 (10). – С. 139-141.
116. Темникова, Л. Б. К вопросу о типологии медиадискурса / Л. Б. Темникова // Научный журнал КубГАУ. – 2016. – №119(05). – С.1-13.
117. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати, Учебное пособие / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000 - 310 с.
118. Тогоева, С. И. Особенности «живого» нового слова / С. И. Тогоева // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». – 2017. – №4. – С. 37-41.
119. Тхорик, В. И. Концепт как составляющая часть картины мира и концептосферы / В. И. Тхорик, С. Х. Липириди // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований. – Краснодар, 2017. – С. 170-176.
120. Убийко, В. И. Концептосфера человека в семантическом пространстве языка / В. И. Убийко // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2004. – № 5. – С. 37-40.
121. Уварова, Е. А. Медиатекст и медиадискурс: к проблеме соотношения понятий / Е. А. Уварова // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. – 2015. – № 5. – С. 47-54.
122. Уженцева, А. С. Дискурсивная вариативность концепта Happiness (на материале американского религиозного политического и бытийного типов дискурса) : дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04 / Уженцева Анастасия Сергеевна. – Барнаул, 2014. – 200 с.

123. Филиппов, К. А. Лингвистика текста и современный анализ устной речи : учебное пособие / К. А. Филиппов. – СПб., 2016. – 227 с.
124. Филлмор, Ч. Основные проблемы лексической семантики / Ч. Филлмор // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Радуга, 1983. – С. 74-122.
125. Флат, М. А. Концептосфера «благодетельность» в русской языковой картине мира (динамический аспект): автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Флат Марина Аркадьевна. – Новосибирск, 2014. – 216 с.
126. Фролова, А. А. Современные проблемы экологии. Экологическая проблема отходов / А. А. Фролова, Т. Ю. Теплякова // Актуальные вопросы в науч. раб. и образов-й деятельности. – 2014. – С. 150-151.
127. Хайдеггер, М. Искусство и пространство / М. Хайдеггер // Самосознание европейской культуры XX в. – М. : Политиздат, 1991. – С. 95-102.
128. Хайдеггер, М. Время и картина мира / М. Хайдеггер // Время и бытие. – М.: Республика, 1993. – С. 41-63.
129. Чекунова, М. А. Языковые и стилистические особенности политико-административного сетевого медиадискурса / М. А. Чекунова // Медиа Альманах. – 2017. – № 4 (81). – С. 74-80.
130. Чичерина, Н. В. Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов / Н. В. Чичерина. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 232 с.
131. Шевченко, О. А. Речевое воздействие и манипуляция в текстах современных печатных СМИ России и Испании / О. А. Шевченко // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры. – 2015. – С. 358-362.
132. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса: моногр. / Е. И. Шейгал // Ин-т языкозн. РАН; Волг. гос. пед. ун-т. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
133. Шэни, Ч. Место концептов в формировании языковой картины мира [Электронный ресурс]. – 2014. – С. 186-191. – Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-kontseptov-v-formirovanii-yazykovoy-kartiny-mira/viewer>.

134. Эко, У. Роль читателя : исслед. по семиотике текста / У. Эко ; пер. с англ. и итал. С. Серебряного. – СПб. : Simposium; М. Изд-во РГГУ. –2005. – С. 42.
135. Ясперс, К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс. – М. : Политиздат, 1991. – 527 с.
136. Aitchison, J. Worlds in the mind / J. Aitchison. – L.: Blackwell Publishing, 2006. – 314 p.
137. Bell, A. Approaches to Media Discourse / A. Bell. – 1996. – P. 3.
138. Brinker, K. Zum Zusammenhang von Textfunktion und thematischer Einstellung am Beispiel eines Zeitungskommentars / K. Brinker // Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen. – Berlin; New York, 1992. – pp. 35-44.
139. Currie, G. Narratives and Narrators: a Philosophy of Stories / G. Currie. – Oxford : Oxford University Press, 2010. – 243 p.
140. Dijk, T. A. van. News schemata / T. A. Van Dijk // Studying Writing. Linguistic approaches. – Sage, 1986. – pp. 155-186.
141. Dijk, T. A. Ideology: Multidisciplinary Approach / T. A. Van Dijk. – London: Sage, 1998. – 424 p.
142. Elridge, J. The Mass Media Power in Modern Britain / J. Elridge, J. Kitzinger, K. Williams. – Oxford : Oxford University Press, 1997. – 200 p.
143. Fillmore, Ch. J. Frames and semantic understanding / Ch. J. Fillmore // Quaderni di semantica. – 1985. – Vol. VI. – 2. – pp. 222-224.
144. Jackendoff, R. Patterns in the mind: language and human nature / R. Jackendoff. – New York, NY : BasicBooks, 1994. – 246 p.
145. Kress, G. Reading Images: The Grammar of Visual Design / G. Kress, T. van Leeuwen. – London: Routledge, 1996. – 302 p.
146. Labov, W. The Transformation of Experience in Narrative Syntax / W. Labov. – Philadelphia, Pennsylvania : University of Pennsylvania Press, 1972. – pp. 354-396.

147. Langacker, R. W. Concept, image, and symbol : the cognitive basis of grammar / R. W. Langacker. – Berlin: Mouton de Gruyter, 1991. – 395 p.
148. Laurence St. “Concepts and Cognitive Science” / St. Laurence, Margolis E. – MIT Press, 1999. – 81 p.
149. Thunberg, G. Transcript: Greta Thunberg’s Speech At The U.N. Climate Action Summit [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://www.npr.org/2019/09/23/763452863/transcript-greta-thunbergs-speech-at-the-u-n-climate-action-summit>.
150. Weisgerber, L. Die sprachliche Gestaltung der Welt / L. Weisgerber. – Düsseldorf, 1962. – 161 p.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

151. Academic Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://enacademic.com/>.
152. Cambridge Dictionaries Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dictionaryblog.cambridge.org>.
153. Collins English Dictionary Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.collinsdictionary.com>.
154. Encyclopedia Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.encyclopedia.com/>.
155. Dictionary.com Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dictionary.com/>.
156. Macmillan Dictionary Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.macmillandictionary.com/>.
157. Merriam Webster Dictionary Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/>.
158. Longman Dictionary of Contemporary English LDOCE. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ldoceonline.com/>.

159. Oxford Learner's Dictionary Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>.
160. The Rice University Neologism Database. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neologisms.rice.edu/>.
161. Unwords online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unwords.com/>.
162. Urban Dictionary Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.urbandictionary.com/>.
163. Wiktionary Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.wiktionary.org/wiki/Wiktionary>.
164. Wordnik Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wordnik.com/>.
165. Word Spy Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wordspy.com/>.
166. Your Dictionary Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.yourdictionary.com/>.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ПРИМЕРОВ

167. African Wildlife Foundation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.awf.org/>.
168. ANONHQ.COM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://anonhq.com/>.
169. BBC [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/>
170. Bloomberg City Lab [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bloomberg.com/>.
171. The Daily Monitor [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.monitor.co.ug/>.
172. The Debrief [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thedebrief.co.uk>.
173. Edie [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.edie.net>

174. Edmonton Journal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edmontonjournal.com/>.
175. Evening Standard [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.standard.co.uk/>.
176. Gizmodo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gizmodo.com/>.
177. The Globe and mail [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theglobeandmail.com/>.
178. The Guardian [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com>.
179. Grist [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://grist.org/>.
180. The Huffpost [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.huffingtonpost.com.
181. Kitschn'n'Zinc [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kitschnzinc.blogspot.com/>.
182. Medium [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/>.
183. Mindfood [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mindfood.com/>.
184. The New York Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/>.
185. The orange county register [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oregister.com/>.
186. Robson Britt. “Interview: Jack DeJohnette”. Wondering Sound [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wonderingsound.com/interview/interview-jack-dejohnette>.
187. The Star [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.thestar.com>.
188. The Straits Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.straitstimes.com/global>.

189. The Telegraph [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://www.telegraph.co.uk/>.

190. USA Today [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://www.usatoday.com/>.

191. The Washington times [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://www.washingtontimes.com/>.