

Чепурная

На правах рукописи

ЧЕПУРНАЯ Мария Александровна

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

10.02.19 – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Краснодар 2020

Работа выполнена на кафедре иностранных языков и методики их преподавания федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Армавирский государственный педагогический университет».

Научный руководитель: *Катермина Вероника Викторовна*,
доктор филологических наук,
профессор, профессор кафедры
иностраных языков и методики их
преподавания ФГБОУ ВО
«Армавирский государственный
педагогический университет»

Официальные оппоненты: *Олянич Андрей Владимирович*,
доктор филологических наук,
профессор, профессор кафедры
общего языкознания ФГБОУ ВО
«Адыгейский государственный
университет»

Первухина Светлана Владимировна,
доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры «Мировые языки
и культуры» ФГБОУ ВО «Донской
государственный технический
университет»

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Пятигорский
государственный университет»

Защита диссертации состоится «08» декабря 2020 года в 9:30 на заседании диссертационного совета Д 212.101.19 по филологическим наукам на базе ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» по адресу: 350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149, ауд. 231.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на сайте ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»:
<http://docspace.kubsu.ru/docspace/handle/1/1422>

Автореферат разослан «__» ноября 2020 г.

Ученый секретарь диссертационного совета

Буданова С.Г.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

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 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.

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.М. 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. Нечая, И.В. Рогозиной, О.Ю. Ромашиной, О.В. Корецкой, К. Ясперса и др.

Попытка структурировать группу отобранных неологизмов при помощи фреймовой семантики и последующее проведение когнитивно-прагматического анализа предпринимается впервые.

Актуальность настоящего 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 неологических репрезентантов концепта «экология» в англоязычном массмедийном дискурсе, а именно в исследовании их 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 английских 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 через репрезентацию концепта «экология» посредством неологизмов;

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 неологизмов 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, A. 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 неологических репрезентантов концепта «экология» в текстах СМИ; 2) выявлены их словообразовательные и функциональные особенности, связанные с достижением целей в дискурсе медиа; 3) установлено взаимодействие экологического дискурса с другими типами дискурсов: 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, среди которых отмечается 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 дискурсов, 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, новые лексемы могут задавать алгоритм восприятия картины мира англоязычного носителя.

2. Тексты массмедийного экологического дискурса обладают как рядом общих дискурсивных функций (информирования, воздействия, развлечения), так и набором функций, свойственных только 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 в образовании неологизмов: колоративной, коннотативно окрашенной и тематической лексики. Экспрессивность неологизмов служит достижению главной цели любого медиатекста – манипуляции сознанием адресата.

3. Концепт «экология» является основным элементом, формирующим новый подвид дискурса, содержание которого представлено экологической информацией и ассоциациями, возникающими при ее получении. Все знание, содержащееся в концепте, 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 относящиеся к сфере 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».

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.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

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, представлена апробация исследования.

Глава 1 «Медиадискурс как отражение новых ценностных ориентиров» состоит из четырех параграфов, последний из которых подразделяется на четыре раздела. В **пункте 1.1** представлены основные характеристики медиадискурса и его дифференциальные признаки: информационная избыточность, способность формировать культурные ценности и влиять на общественное сознание, многообразие медиаканалов, отличающихся высокой скоростью передачи информации (М.Н. Володина, Т.Г. Добросклонская, М.Р. Желтухина). Исследуются подходы к изучению

медиадискурса: с точки зрения *структуры коммуникации, функциональных особенностей, тематической принадлежности* (О.А. Пантина). Рассматриваются термины «медiateкст» и «медiateопик» как одни из ключевых для понимания медиадискурса, отмечается возможность медiateкста принадлежать одновременно нескольким медiateопикам. Отмечается обязательная принадлежность текста к дискурсу (Т.Ван Дейк).

В **пункте 1.2** рассматриваются различные классификации медиадискурса, обусловленные: 1) полевой структурой жанров (*прототипных и маргинальных*) (М.Р. Желтухина); 2) жанрово-функциональными особенностями (*новостной, рекламный, публицистический, идеологический и другие*) (Е.А. Кожемякин); 3) каналами передачи (*теле-, радио-, компьютерные дискурсы*) (Л.Б. Темникова) 4) лингвистическими и экстралингвистическими стратегиями (*дискурс качественной прессы, дискурс специализированных изданий, дискурс популярной прессы*) (Л.Б. Темникова). Отмечается интерференция (взаимопроникновение) дискурсов как важное свойство медиадискурса (В.Д. Шевченко) наряду с *отражающим, формирующим и организующим* свойствами (Т.Г. Добросклонская). Обозначается роль автора и реципиента в создании медiateкста: ориентированность автора на определенный тип аудитории свидетельствует о влиянии реципиента на процесс порождения текста. Обращается внимание на глобальность, виртуальность и гипертекстуальность как на важные характеристики медийного дискурса.

Пункт 1.3 посвящен анализу функционального потенциала медiateкстов. Выделяются общие функции дискурса: *воздействия, развлечения, информирования* (В.И. Карасик):

“São Paulo, Chennai, Grenoble, Tehran, and Paris are sparking movements to eliminate the “visual pollution” caused by advertising signs and billboards” [anonhq.com]. Функция информирования реализуется путем передачи информации о необходимости избавления от лишней рекламы; функция воздействия достигается с помощью номинации рекламы «визуальным загрязнением», тем самым автор текста призывает поддержать данное действие; развлекательная функция заключается в том, что чтение прессы занимательно благодаря экспрессивной и оценочной лексике: *sparkling movements*.

Рассматриваются функции в системе адресант – адресат: 1) познавательная (100%), культурная (85%), творческая (5%); 2) репрезентативная (100%), экспрессивная (91%), регулятивная (28%); 3) гедонистическая (11%), гармонизирующая (8%), интегративная (38%), инспиративная (61%) (М.Р. Желтухина):

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

функция данного текста – сообщение о произошедшем землетрясении и его негативных последствиях. В системе воздействия «адресант-текст» выполняет *экспрессивную* (негативная коннотация сообщения) и *регулятивную* функции (призыв населения с осознанностью подойти к произошедшим событиям). В системе воздействия адресат можно выделить *интегративную, инспиративную* и *гармонизирующую* функции. Интегративная функция данного медиатекста реализуется путем включения в текст местоимения “we” – мы, благодаря чему реципиент чувствует себя погруженным в ситуацию. Инспиративная функция заключается в подготовке реципиента к длительному восстановлению после землетрясения: “we’ll have to endure”. В рамках гармонизирующей функции автор показывает, что он хорошо понимает реципиентов и находится в том же положении, тем самым успокаивая их: “of course” (конечно).

Отмечается способность медиатекста отражать действительность, но подчеркивается элемент субъективности, который присущ каждому тексту вследствие индивидуальных особенностей автора текста и его когнитивной картины мира.

Пункт 1.4 «Язык медиатекста» посвящен исследованию особенностей и стратегий языка в текстах массмедийного дискурса. В **1.4.1** рассматривается специфика создания медиатекста (М.М. Бахтин, А. Белл, Н.С. Валгина, В.В. Виноградов, Т. Ван Дейк, Г. Керри, В.Г. Костомаров, М.Н. Кожина, У. Лабов, Дж. Элдридж). Отмечается, что языковые особенности зависят от автора текста, его реципиента и сюжета. Язык медиатекста отличается особой выразительностью, и для него также характерно смешивание стилей (сниженного и книжного) стиля, что привлекает внимание читателей: “*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*” [The Guardian]. На лексическом уровне используются коннотативно окрашенные лексические единицы с численным преобладанием негативной коннотации (65%): *plastic footprint, weather bomb, to vegicide* (О.В. Корецкая). При помощи стилистически окрашенных слов в тексте реализуется экспрессивная функция, присущая 91% отобранных текстов. **Подпункт 1.4.2** посвящен рассмотрению языковых стратегий, использованных в достижении главной цели медиатекста – воздействию на реципиента. Способность выделять нужную информацию из большого потока и формировать собственное отношение к полученному знанию отличает медиаграмотную личность. В связи с этим возникают манипуляции с содержанием текста (искажение информации, дезинформация, отбор информации и другие). Отмечаются и аудио-визуальные стратегии преподнесения информации, ставшими доступными благодаря особым каналам медиадискурса (радио, телевидение, интернет). Выделяется

воздействие при помощи особенных лексических средств: фразеологизмов, слов сниженной стилистической окраски, неологизмов. В 1.4.3 исследуется роль неологизмов в тексте экологического медиадискурса. Обозначается определение термина неологизм, под которым понимается новое образование в языке для номинации ранее не существовавшего предмета, понятия или явления (О.С. Ахманова). Отмечается временной фактор как наиболее важный для определения «новизны» лексической единицы (Т.В. Матвеева). Описываются возможные способы образования неологизмов: *морфологический (picker)*, *синтактико-морфологический (net-zero)*, *семантико-морфологический (eco-bus)* и *семантическая деривация, основанная на метафоре (genderquake)* (Е.С. Бугрышева). Проводится грань между окказионализмами и неологизмами массмедийного дискурса (Л.Б. Гацалова, Ю.Найда, В.Н. Ярцева). Рассматривается изучение неологизмов в трех аспектах: *статистическом, кинематическом, динамическом* (С.И. Тогоева). Кинематический подход лег в основу образования большинства неологизмов, так как основан на причинно-следственных отношениях и посвящен изучению активных участков языковой системы. Выявляется взаимосвязь неологизмов с когнитивной картиной мира человека: обусловленность возникновения неологизма и его восприятие и систематизация в сознании реципиентом. В 1.4.4 исследуется термин «экологическое сознание», сформированный вследствие актуальности экологических проблем. Обозначается роль антропоцентрического подхода в образовании новых лексических единиц: человек – причина проблемы (*thermosceptic*), человек – решение проблемы (*flexitarian*), человек – жертва проблемы (*eco-thriller*), что обуславливает активную номинацию людей. Отмечается доминирование двух функций: номинативной и экспрессивной, реализуемых за счет денотативных и коннотативных компонентов соответственно. Подчеркивается особый интерес реципиента к неологизмам благодаря их новизне, способу образования и экспрессивности.

Глава 2 «Современный концепт “экология” и фреймовая репрезентация его содержания» состоит из шести параграфов. В пункте 2.1 представлены основные принципы лингвокогнитивного подхода к определению концепта (Е.С. Кубрякова, Дж. Лакофф, Р. Лангакер, Д.С. Лихачев, З.Д. Попова, И.А. Стернин и другие). Большинство исследователей признают, что концепт – мыслительная единица, включающая в себя не только знания, но и мыслительные образы, ассоциации. На основе этого важными представляются три основных компонента: *понятийный, образный, ценностный* (Г.А. Крюкова), которые отражают взаимосвязь человека и концепта и реализацию последнего в сознании людей.

Концепт тесно связан с языком (Дж. Лакофф, Р.Лангакер). Необходимость репрезентации концепта в языке обуславливает его вербализацию при помощи языковых единиц. Представлены возможные модели систематизации знания в концепте: *образные схемы, сценарии, скрипты, таксономии* и другие (Е.А. Виноградова).

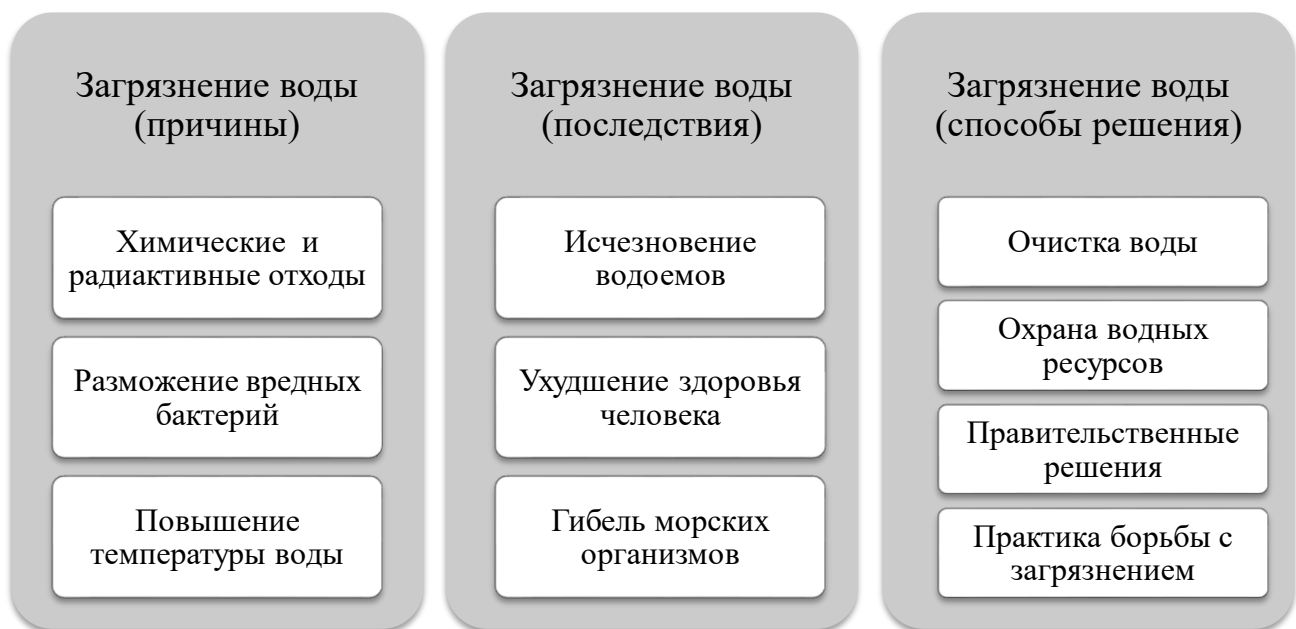
В пункте 2.2. рассматривается непосредственная структура концепта (В.И. Карасик, Е.А. Козько, С.Г. Тер-Минасова, Л.Х. Самситова, Г.Г. Слышкин, Ю.С. Степанов), в составе которого находятся *ядро* и *периферия*, некоторые ученые выделяют также *приядерную зону* (В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин). Ю.С. Степанов называет ядро и периферию этимологическим и актуальным слоями. Актуальный признак концепта обуславливает одну из его важных функций – способность отвечать настоящему времени. Полевая структура З.Д. Поповой и И.А. Стернина позволяет выделить в концепте *чувственный образ, информационное содержание и интерпретационное поле*, которое является наиболее содержательной и изменчивой частью концепта. Многообразие знаний, представлений и ассоциаций, заключенных в интерпретационном поле, структурируется при помощи классификационных и дифференциальных когнитивных признаков.

В пункте 2.3 определяется термин «концептосфера» (Х.М. Кадачиева, Е.С. Кубрякова, Д.С. Лихачев, В.П. Нерознак, М.А. Флат), под которым понимается ментальное образование, включающее упорядоченную систему концептов. Рассматриваются виды концептов в соответствии с изучаемым аспектом: *эстетический, онтологический, гносеологический, лингвосоциопсихологический, социальный* (В.И. Убийко). Проводится взаимосвязь между понятиями «концептосфера» и «картина мира» (Л.Витгенштейн, М. Хайдеггер, К. Ясперс). Преобразование действительности в «образ мира» при помощи языка нашло отражение в термине «языковая картина мира» (Ю.Н. Караулов) или «концептуальная картина мира». Общие концепты в картинах мира представителей разных культур называются ядерными (С.И. Драчева). К ним относится рассматриваемый концепт «экология».

Пункт 2.4 посвящен исследованию ядра и периферии концепта «экология», в ходе которого даются современные словарные определения лексической единицы “ecology”, рассматриваются ее дефиниции в диахронии, в ходе чего отмечается расширение ее значения (Е.Е. Петрова). Экология рассматривается в трех аспектах: 1) наука о взаимодействии всех живых организмов и их среды обитания; 2) отрасль, предметом которой являются проблемы окружающей среды и степень загрязненности определенной местности; 3) часть общечеловеческой культуры и общественной деятельности.

Выделяются экологические проблемы как одно из наиболее значимых знаний концепта (И.О. Краснова, Б.М. Миркин, Л.Г. Наумова, Е.Г. Парамонов, Т.Ю. Теплякова, А.А. Фролова). Мы отмечаем базисные концепты, составляющие концептосферу «экология», такие как «вода», «растения», «животные», «атмосфера», «природа» и другие. Сама экология рассматривается с точки зрения антропоцентрического подхода: человек как причина негативных изменений и человек как способ их решения.

В пункте 2.5 нами рассматриваются модели представления знаний в концепте: понятия, фреймы, сценарии (скрипты), гиперонимы, гештальты и представления (А.П. Бабушкин, З.Д. Попова, И.А. Стернин), среди которых отмечается фрейм как наиболее удачная и наглядная когнитивная модель (Ч. Филмор). Фрейм служит представлению не только знаний, но и возможных ситуаций, реакций на них, чаще всего репрезентируемых при помощи фреймов-сценариев (О.С. Полатовская, У.Эко). Рассматривается структура фрейма, в составе которой выделяют имя фрейма (ядро, тему) и слоты (графы, терминалы), организованные иерархически. Слоты фрейма заполняются в соответствии с заданной ситуацией и могут варьироваться в зависимости от поставленной задачи. Так, терминалы фрейма «Загрязнение воды» могут заполняться по-разному, поскольку возможны различные пути развития его сценария: с точки зрения причин, последствий и способов решения (рис.1).



Загрязнение воды
Рисунок 1

Возможность фреймов образовывать фреймовые системы на основе соприкасающихся или повторяющихся слотов, названных при помощи языковых знаков, свидетельствует о том, что фрейм – часть упорядоченной

системы отражения действительности, таким образом, фрейм участвует в построении модели мира.

В пункте 2.6. знание концепта «экология» репрезентируется при помощи фреймов «Загрязнение пресных вод», «Проблемы экологии», «Загрязнение», «Круговорот воды в природе». На основе соприкасающихся слотов: «Загрязнение воды», «Загрязнение пресных вод» – иллюстрируется возможность фреймов образовывать иерархические системы.

Глава 3 «Неологизмы как способ репрезентации концепта “экология” в массмедийном дискурсе» посвящена лингвокогнитивному анализу неологизмов, представленных в экологическом и взаимодействующих с ним дискурсах массмедиа. Глава состоит из трех пунктов и семи подпунктов. В пункте 3.1 описаны общие тенденции и причины образования неологизмов экологической тематики. Отмечается роль проблем экологии в жизни человека. Озвучиваются статистические данные о частотности некоторых недавно вошедших в употребление неологизмов: “climate strike” (в 100 раз чаще согласно Collins Dictionary), “climate emergency” (в 100 раз чаще согласно Oxford Dictionary), “health emergency” (в 40 раз чаще согласно Oxford Dictionary). Описываются изменения, происходящие в ряде сфер жизни человека, вызванные проблемами окружающей среды. Прослеживается влияние производства на экологию, в ходе чего заключается, что массмедийный экологический дискурс взаимодействует с рядом других типов дискурса: гастрономическим, рекреационным, экономическим и бытовым.



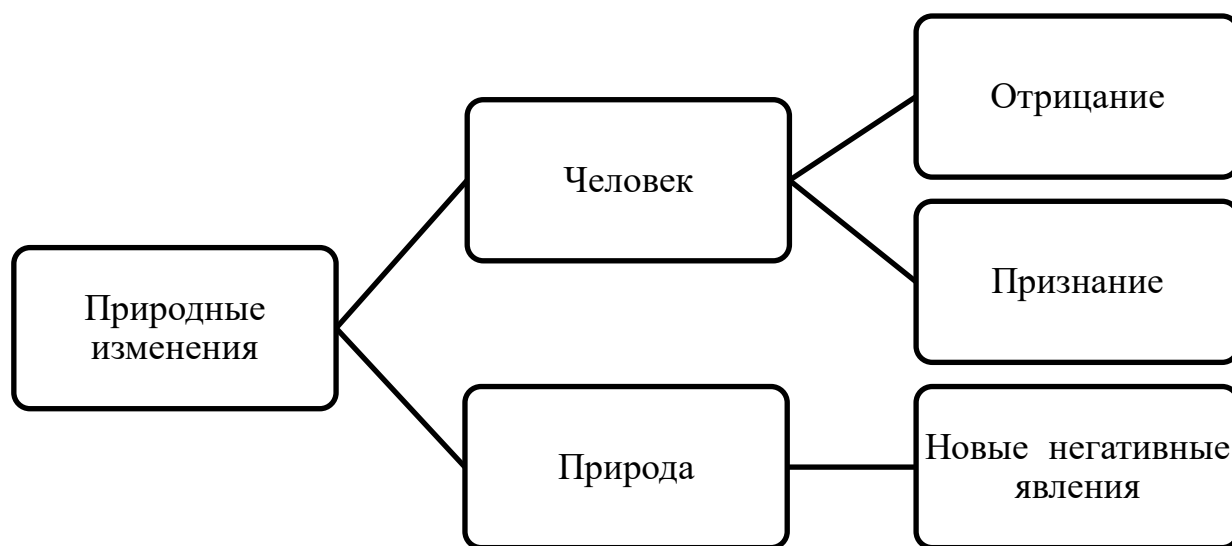
Глобальные проблемы

Рисунок 2

На основе изучения взаимодействия экологического дискурса с указанными типами дискурса выявляется отражение двунаправленного влияния экологии на человека и человека на экологию в языке.

В пункте 3.2 представлены экологические проблемы: изменение климата, природные изменения, загрязнение – и отношение человека к ним. Параграф состоит из трех подпунктов соответственно. **Подпункт 3.2.1** посвящен исследованию лингвопрагматического аспекта неологизмов, возникших в результате климатических изменений. Отмечается, что лексема “climate” становится ключевой для новых слов этой группы и участвует в образовании лексических единиц при помощи словосложения (*climate smart, climate gentrification, climate justice*) и контаминации (*climatarian, cli-fi*). Обусловленность появления лексем, номинирующих климатические изменения, прослеживается также и в дефинициях неологизмов: “*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*” (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*” (климатическая канарейка – природный феномен или событие, сигнализирующее о надвигающейся экологической катастрофе, вызванной изменениями климата). Отнесенность неологизма к проблеме изменения климата выражается в сочетаниях “due to”, “caused by”, данная принадлежность объясняет их негативную коннотацию. Отмечается способность неологизма к расширению значения: первоначально лексическая единица “climate canary” служила обозначением вымирающих видов вследствие экологических причин, однако позже значение расширилось до «любого природного феномена или события». Наряду с номинативной функцией неологизмам данной группы присуща апеллятивная функция, выражающаяся в побуждении реципиента предотвратить негативное влияние на экологию, вызывающее глобальную экологическую проблему – изменение климата.

Подпункт 3.2.2 содержит анализ неологизмов, возникновение которых обусловлено необходимостью номинации ранее не существовавших природных явлений и реакции людей на эти явления (Рис. 3).



Природные изменения
Рисунок 3

Отмечается, что вызванные экологическими проблемами номинируемые природные явления носят преимущественно негативный характер. Данная коннотация достигается путем совмещения лексической единицы, обозначающей природное явление, с отрицательно окрашенным компонентом: “*weather bomb*”, “*firenado*”, “*snownado*”, “*frost quake*” и другие. Подчеркивается, что в концептуальной картине мира современного человека лексические единицы “*bomb*”, “*tornado*”, “*earthquake*” закреплены как негативно окрашенные, вследствие этого новообразованная лексема получает ту же коннотацию. В некоторых случаях возможно метафорическое сравнение социального явления с природной катастрофой, позволяющее подчеркнуть взаимодействие экологического дискурса с другими типами: “*genderquake – metaphorical earthquake caused by women through their actions on gender equality, starting in 2017*” (гендерное землетрясение – метафорическое землетрясение, вызванное действиями женщин по обеспечению гендерного равенства и начавшееся в 2017 году). Выделяется отдельная группа неологизмов, отражающих проблему глобального потепления. Настоящий ряд лексических единиц представлен словами, в составе которых обнаруживаются компоненты, обозначающие температурные показатели: *warm*, *hot*, последний из которых расценивается как негативный в рамках названной проблемы: “*hotumn – an autumn where the temperatures are warmer than usual for the season, thought to be at least partly caused by climate change*” (осень, характеризующаяся более высокими, в сравнении с нормой, температурными показателями, которые в большей или меньшей степени вызваны климатическими изменениями), *Nothouse Earth – a situation where it will no longer be possible to control climate change, leading to large areas of Earth becoming uninhabitable*” (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).

Отдельное внимание уделяется неологизмам, обозначающим сдвиги в сезонах и месяцах, вызванные температурными изменениями: *Hotttober* (Hot + October) – аномально высокие для октября температуры; *Sweatember* (Sweat + September) – жаркий период сентября, вызывающий у людей испарину, “season creep – earlier spring weather and other gradual seasonal shifts, particularly those caused by global climate change” (сдвиг сезона – более ранняя весенняя погода и другие постепенные сезонные изменения, вызванные в особенности глобальным изменением климата). Отношение человека к проблемам глобального потепления неоднозначно и также находит отражение в неологизмах данной группы: *warmist* (верит в глобальное потепление), *exemptionalist* (не верит). Неоднозначность проявляется и в контексте употребления новых лексических единиц, в рамках которого автор 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”. 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».

Подпункт 3.2.3 посвящен рассмотрению неологизмов, номинирующих явления проблемы загрязнения. Если в случаях с изменениями климата и природными аномалиями роль человека можно свести к минимуму, то проблема загрязнения вызвана исключительно результатом жизнедеятельности людей, в связи с чем номинации человека отводится отдельное место. При помощи суффикса *-er*, обозначающего деятеля, аффиксальным способом образуются такие неологизмы, как “*picker*”, “*zero waster*”, называющие людей, способных не только минимизировать вредные отходы (*zero waster*), но и вносить вклад в решение проблемы загрязнения (*picker*). Яркой лексемой данного ряда является неологизм “*litter vigilante*”, особенность образования которого заключается в сочетании единиц разного стиля: нейтрального (*litter*) и книжного (*vigilante*). 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 неологизма соответствует оттенкам самой лексемы: *“Unpaid army of litter vigilantes tackles Britain’s tide of rubbish”* [The Guardian]. Использование его в сочетании с единицей *“army”* (армия) усиливает стилевой контраст.

Наименование цвета используется в образовании некоторых лексем (*green urbanism, grey water, white pollution*) и в большинстве случаев соответствует коннотации, закреплённой в когнитивной картине мира человека (*green* [зеленый] – свежий, чистый, экологичный; *grey* (серый) – грязный, неэкологичный). Расхождение в ассоциативном ряду происходит при образовании неологизма *“white pollution”*, в котором белый цвет сравнивается с пластиком, а не выступает в привычных значениях (*white* [белый] – чистый, незагрязнённый): *“White pollution – litter, particularly plastic bags, but also papers, cups, and food containers”* (белое загрязнение – мусор, в особенности пластиковые пакеты, а также бумага, чашки и пищевые контейнеры). Цветовая аналогия с пластиком достигается за счет того, что большую часть пластиковых отходов составляет одноразовая посуда и упаковочные пакеты, которые преимущественно прозрачные или белого цвета.

Чрезмерное использование пластика в быту обусловило образование новых лексических единиц при помощи лексемы *“plastic”*: *“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”* (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”* (пластмассовый след – измерение количества использованного и выброшенного человеком пластика в масштабах общего ущерба окружающей среде). Становится очевидным, что пластик все чаще встречается в негативно окрашенных лексемах и все реже употребляется с нейтральной коннотацией в значении «материал, из которого делают что-либо».

В ходе анализа отмечается, что любое негативное воздействие человека на окружающий мир отражается при помощи лексической единицы *“footprint”* (след), вошедшей в состав как закрепившихся в речи неологизмов: *carbon footprint, ecological footprint*, так и новообразований: *plastic footprint, “Small footprint living – a lifestyle that minimizes one’s impact on the environment”* (незначительный жизненный след – образ жизни, который сводит к минимуму воздействие на окружающую среду). Особое место отводится неологизмам, номинирующим способы решения проблемы загрязнения: *зеленые изгороди*,

экологичный транспорт, жилье, эффективная переработка использованной воды и мусора: *bio-bus*, *newater*, *forest city*, *raingarden* и другие.

Пункт 3.3 содержит анализ неологизмов, появившихся в результате взаимодействия массмедийного экологического дискурса с другими типами дискурсов, в частности с гастрономическим, бытовым, экономическим и рекреационным и состоит из четырех разделов соответственно. Данная лексика отличается принадлежностью сразу к двум типам дискурсов. В **3.3.1** уделяется внимание неологическим репрезентантам гастрономических предпочтений людей, обусловленных экологическими проблемами. В основу слов данной группы легла идея вегетарианства – отказа от мяса в оздоровительных и экологических (сохранение фауны) целях. Это обуславливает довольно большее количество неологизмов, образованных при сочетании лексемы “vegetarian” с другими компонентами: *climatarian*, *fishetarian*, *reducetarian*, *vegequarian*, *flexitarian*. Отличие от обычного вегетарианства заключается в том, что человек употребляет рыбу вместо мяса (*fishetarian*, *vegequarian*) или сокращает потребление мяса, но не исключает его (*climatarian*, *reducetarian*, *flexitarian*).

Продуктивным является и корень “veg” в ряде следующих неологизмов: *to veganise*, *veghead*, *vegivore*, *vegevangelical* и других. Отмечается, что, несмотря на одобрительное отношение к идее вегетарианства, не все неологизмы являются положительно окрашенными. Встречаются лексемы, отражающие негативное восприятие человека данного направления: “vegevangelical – one who firmly advocates being a vegetarian and tries to spread this way of life on to others” (*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”. 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.

В условиях взаимодействия названных дискурсов встречаются и номинации еды. Лексические единицы: *clean eating*, *dirty food*, образованные словосложением, энантиосемичны за счет противоположных по смыслу лексем “clean” (чистый) и “dirty” (грязный), однако в представленных неологизмах они получают добавочное значение “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”. “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”. Данные примеры иллюстрируют современные тенденции в еде американцев, подчеркивая, что предпочтение отдается здоровому питанию, нежели вредной еде, которая является лишь «прихотью» (“fad”) и акцентируют внимание на том, что даже на «родине фастфуда» люди становятся приверженцами здорового питания. Отмечается частотная номинация различных диет при помощи новых лексических единиц: *paleo diet*, *ancestral health*, *vegan diet*, *VB6*.

В подпункте 3.3.2 дан анализ новой лексики, возникшей как результат интерференции массмедийного экологического и бытового дискурсов. Представлен обширный ряд лексических единиц, образовавшихся при помощи суффикса *-scape*, обозначающего “a specific type of space” – определенный тип местности: *airscape* (воздушное пространство), *aquascape* (водное пространство), *fogscape* (туман), *forestscape* (лесной пейзаж), *greenscape* (зеленая местность), *hillscape* (холмистость) и другие. Продуктивность данного суффикса обусловлена компонентом со значением визуализации. Так, в сочетании с суффиксом *-scape* любое погодное явление или местность приобретают значение «пейзаж конкретной местности». Отмечается, что данный суффикс используется и в социально-бытовом дискурсе для обозначения чувств и эмоций, вызываемых каким-либо пейзажем: “*sadscape* – a depressing or pathetic situation or landscape” (*sadscape* – депрессивная или патетическая ситуация или пейзаж). Общим звеном между неологизмами, номинирующими пейзаж местности и отношение к нему человека, является отнесенность к определенной территории. Одно из ярких различий – приобретение последними коннотативной окраски.

Острота экологической ситуации требует от человека изменений и в быту: от выбора типа жилья и транспорта до посуды и украшений. Для решения проблем окружающей среды строятся экологически безвредные сооружения и зеленые постройки, однако некоторые из типов домов появляются без участия человека: “*landscaper*”, “*plyscaper*”, “*sky pool* “*iceberg home*”. Тенденция к постройке многоэтажных домов проявляется в сельскохозяйственной деятельности: отсутствие пригодных для фермерства земель в некоторых странах обуславливает постройку искусственных многоэтажных ферм: “*Vertical farm* – a place where plants and livestock are raised in multi-floored skyscraper buildings” (вертикальная ферма – место, где растут растения и разводят домашний скот в многоэтажных небоскребах). Агрикультурное строительство

нашло свое отражение в неологизме “*Agritecture – the art and practice of designing and making buildings that are inspired by farm buildings, or this architectural style*” (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*. Отмечается, что само слово “agri” (лат) – поле – явилось продуктивной частью целого ряда неологизмов, связанных с сельскохозяйственной деятельностью: *agri world, agribusiness, agri-industry*.

Подпункт 3.3.3 посвящен исследованию неологизмов, возникших в результате взаимодействия массмедийного экологического и экономического дискурсов. В данном разделе обращается внимание на то, что экономика, несмотря на очевидное пагубное влияние промышленности на природу, активно участвует в решении экологических проблем. Об этом свидетельствует неологизм “*ecolonomics – sustainable living through environmentally friendly business practices*” (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. Об актуальности данного направления свидетельствует контекст употребления неологизма: “*TV lawman is fired up if ecolonomics is the topic*”. Данная лексема содержит призыв к ведению «чистой» экономики и заботе об окружающей среде. Более того, будучи положительно окрашенным путем сочетания с лексемой “*ecology*”, служащей атрибутивом для экономики, неологизм выполняет и экспрессивную функцию. Пополняют ряд лексем, отражающих заботу экономики об экологии, неологизмы *green marketing, ecomarketing*.

Отмечается активное использование наименований цвета в образовании исследуемых неологизмов. Как правило, они носят ассоциативный экологический характер: зеленый – растительность, голубой, синий – водоемы, воздух, коричневый – земля, почва и другие. Наиболее частотным среди данной группы является компонент “*green*”. Его активное использование обусловлено дефиниционными значениями, которые появились сравнительно недавно: “1) Concerned with or supporting protection of the environment as a political principle 2) (of a product or service) not harmful to the environment”. Прямая отнесенность к экологической тематике и ассоциации зеленого цвета с растительностью стали причиной появления следующих лексем: *dark green, light green, greentailing, green Monday, green marketing*. Стремление минимизировать урон, наносимый при реализации 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” (greentailing – экологичная розничная торговля): “Working under the assumption that most consumers have some degree of environmental conscience, greentailing is good marketing practice”. Включенная пресуппозиция (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.

Производство в рассматриваемых дискурсах сравнивается с фермерством, например, массовым выращиванием птицы и скота, что подтверждается следующими неологизмами: “*farm* – a place involved in mass production to maximize profit at the expense of quality or other ethical considerations” (ферма – это место, занимающееся массовым производством для максимизации прибыли за счет качества или других этических соображений). а также *click farm*, *like-farming*. 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”.

Подпункт 3.3.4 посвящен рассмотрению неологических репрезентантов взаимодействия массмедийного экологического и рекреационного дискурсов. 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, номинирующими виды деятельности, связанные с единением с природой: *forest bath*, *green care*, *ecotherapy*. Данные лексемы также отражают взаимодействие экологического дискурса с другими дискурсами массмедиа. Естественная потребность людей в единении с природой стала основой нового способа лечения многих ментальных и психических заболеваний – экотерапии: “Mind has funded 130 ecotherapy projects and helped more than 12,000 people in the process”. Представленный 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.

Отмечается, что 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*, *skyrunning*, *cage diving*, *volcano boarding*. Медиатексты, в которых обнаруживаются данные неологизмы, 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 реализуется вследствие возможности стать частью спортивного сообщества, найти друзей по интересам.

В **Заключении** обобщаются результаты проведенного исследования. В перспективе предполагается построение фреймовых систем в экологическом дискурсе и взаимодействующих с ним типов дискурсов, углубленный анализ выявленных неологических репрезентантов, а также исследование когнитивной картины мира при помощи изучения особенностей номинации на основе метафоры.

Основные положения диссертации представлены в следующих публикациях автора:

*Статьи в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК
Министерства образования и науки РФ*

1. Катермина В.В., Макеева М.А. (Чепурная М.А) Особенности структурирования восприятия информации в фреймах концепта «экология» /В.В. Катермина, М.А. Макеева// Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – Владикавказ: Изд-во СОГУ. – 2018. – №3 (31). – С. 69-76. (1 п.л.).

2. Чепурная М.А. Неологизмы массмедийного англоязычного дискурса как пласт лексики концепта «экология» /М.А. Чепурная // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – Омск: Изд-во ОмГПУ. – 2019. – № 3 (24). – С. 115-118. (0,7 п.л.).

3. Чепурная М.А. Семантические изменения в лексеме «экология» и ее дериватах в англоязычном медиадискурсе / М.А. Чепурная // Известия Южного

федерального университета. Филологические науки. – Ростов-на-Дону: ФГАОУВО «ЮФУ». – 2019. – № 4. – С.12-20. (0,6 п.л.).

Статьи в сборниках научных трудов и материалов научных конференций:

4. Макеева М.А. (Чепурная М.А.) Семиотическое представление экологической информации /М.А. Макеева// Профильное и профессиональное образование в условиях современного поликультурного пространства; мат. V междунар. науч.-практ. конф. – Челябинск: Челяб.фил. ФГБОУВО «РАНХиГС при през. РФ. – 2017. – С.50-54. (0,3 п.л.).

5. Макеева М.А. (Чепурная М.А.) Влияние экологического фактора на английский язык (на материале СМИ Великобритании и Австралии) / М.А. Макеева // Сбор. филологические и социокультурные вопросы науки и образования; сбор. матер. II науч.-практ. конф. – Краснодар: Изд-во КГТУ. – 2017. – С. 126-133. (0,3 п.л.).

6. Макеева М.А. (Чепурная М.А.) Фрейм как способ представления знаний в концепте «экология» /М.А. Макеева // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – Воронеж: Изд-во ВГТУ . – 2018. – № 2 (29). – С. 121-125. (0,6 п.л.).

7. Чепурная М.А., Катермина В.В. Функции печатных текстов массмедийного экологического дискурса./ М.А. Чепурная, В.В. Катермина // Школа молодых ученых по проблемам гуманитарных наук; сбор. матер. всеросс. науч. конф. – Елец: Изд-во: ЕГУ им. И.А. Бунина. – 2018. – С. 203-208 (0,3 п.л.).

8. Чепурная М.А. Гастрономия в номинации человека как часть экологического дискурса: структурный аспект / М.А. Чепурная // сбор. Филологические науки в XXI веке: актуальность, многополярность, перспективы развития; сбор. науч. трудов. – Краснодар: Изд-во КУБГУ. – 2019. – С. 129-134 (0,3 п.л.).