

ГЕРМАНСКОЕ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 811.111

DOI 10.23951/1609-624X-2021-3-76-84

НОМИНАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ИМПЕРАТИВА *MEATLESS FUTURE* В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Т. И. Семенова

Иркутский государственный университет, Иркутск

Введение. Представлен анализ номинативных стратегий конструирования позитивного имиджа растительного мяса в целях внедрения в картину мира адресата модели пищевого поведения, ценностным ориентиром которой является сокращение потребления мяса и переход на аналоги, заменители, имитация мясной продукции.

Материалы и методы. Применение методов дискурсивного и лингвокогнитивного анализа позволило выявить когнитивные механизмы и номинативные стратегии конструирования позитивного имиджа альтернативной мясной продукции в англоязычном медиадискурсе. Проблему конструирования мира автор видит прежде всего как проблему выбора определенных средств номинации.

Результаты и обсуждение. Установлено, что медиатексты, связанные с гастрономическим контентом, продвигают в социум подход к еде как к особому нормативно-регулятивному поведению. Формирование ценностных ориентиров в сфере взаимодействия человека и природы посредством сокращения потребления мясной продукции концептуализируется в англоязычном медиадискурсе как экологический императив. Определено, что когнитивные и коммуникативные задачи по конструированию положительного имиджа растительного мяса в медиадискурсе достигаются посредством стратегии оксюморонной номинации. Неологизмы типа *meatless meat* объективируют структуру знания о растительном мясе как о пищевой продукции, не содержащей мяса в своем составе, но имитирующей сходство с настоящим мясом. Оксюморонные номинации интерпретируются в ракурсе концептуальной интеграции как концептуальный бленд, посредством которого категоризируется знание о концепте *PLANT MEAT*. Выявлен прагматический потенциал оксюморонных номинаций в концептуализации преимуществ мясоподобной продукции для здоровья и экологии.

Заключение. Анализ когнитивно-прагматических механизмов воздействия на модель мира адресата свидетельствует о том, что дискурсивное конструирование экологического императива *MEATLESS FUTURE* нацелено на трансформацию ценностных приоритетов в отношении практик питания. Полученные результаты вносят вклад в изучение проблемы вариативного конструирования мира в языке, в исследование номинативных процессов в неразрывной связи с когнитивными аспектами языка.

Ключевые слова: *вариативное конструирование мира, номинативная стратегия, концептуальная интеграция, оксюморон, экологический императив, практики питания.*

Введение

В ракурсе когнитивно-дискурсивной парадигмы аксиоматичным признается положение о том, что язык используется не только для осуществления дискурсивной деятельности, но и как средство конструирования внеязыковой реальности. Понятие конструирования мира коррелирует с единой для когниции и коммуникации «ориентирующей или мирозозидающей функцией языка» [1, с. 68]. Термин «конструирование» используется для обобщенного наименования процессов языковой интерпретации и репрезентации структурируемого в дискурсе объекта или ситуации. Происходящее в языке вариативное «конструирование мира» (*alternative construal of the world*) заключается в вы-

боре способов языковой объективации ментальных структур [2–4]. Подход к дискурсу как к особому формату порождения, представления и трансфера знания выводит в фокус конструирующий потенциал дискурса, специфичность порождаемых «возможных» дискурсивных миров.

Значимое место в модели мира индивида занимает феномен еды. Статус еды выходит далеко за пределы поддержания биологической потребности человека. Р. Барт, рассуждая о пище как материальном носителе сложных культурных значений, характеризует еду как «систему коммуникации, собрание образов, свод обычаев, ситуаций и поступков» [5, с. 368]. Лингвистический ракурс сферы, связанный с пищей, ее лингвосомиотическими ха-

рактеристиками и социокультурной значимостью, получает воплощение и закрепление в дискурсе, который называют гастрономическим [6, 7]; пищевым [8], дискурсом еды [9], глоттоническим [10, 11].

В динамично меняющейся картине мира регулятором трансляции и продвижения в социум информации о состоянии пищевых ресурсов, новых пищевых продуктах, пищевой безопасности, проблемах и рисках для здоровья, обусловленных пищевым поведением, является массово-информационный дискурс. Функция дискурсивной деятельности в условиях массовой коммуникации как системе особого рода социального взаимодействия заключается в воздействии на модель мира адресата в целях формирования и воспроизводства знаний, мнений, оценок, ценностных установок. Другими словами, медиатексты, связанные с гастрономическим контентом, становятся проводниками практик и моделей пищевого и культурного поведения, отвечающих интересам и идеологии доминирующих социальных институтов. Идеология в понимании Т. А. ван Дейка представляет собой форму социального знания, разделяемого членами социальных формаций [12, с. 54]. Идеологичность гастрономического дискурса, как отмечает О. С. Иссерс, связана с формированием имиджа и продвижением нового продукта, с навязыванием выгодной производителю картины мира в сознании адресата [13]. В задачи гастрономического медиадискурса входит «как воздействие на потребителя в смысле выбора его пищевых предпочтений, так и формирование самих предпочтений и культурных доминант, связанных с поддержанием жизни посредством потребления пищи» [6, с. 424–427].

В условиях быстро меняющегося мира трансформируется смысл, ценностные ориентации еды, пищевые предпочтения, возникают новые образы и реалии пищи, такие как макдональдизация, фастфуд, слоуфуд, космополитическая еда, гибридная еда [9, 14–16]. Появление новых реалий, социокультурных феноменов, освоение новых сфер опыта сопровождаются созданием языковых единиц, которые закрепляют результаты структурирования, осмысления и категоризации релевантных фрагментов внеязыковой действительности, фиксирующие новые концепты в концептуальной картине мира. Необходимым условием успешности коммуникативного взаимодействия является выбор номинативной единицы в целях адекватного именованного фрагмента внеязыковой реальности. Общеизвестно, что номинативная деятельность неотделима от интерпретации и конструирования внеязыковой реальности. Именно поэтому проблему конструирования мира, как подчеркивает Е. С. Кубрякова, «необходимо решать как проблему номинативную, проблему выбора определенных средств

номинации в зависимости от интенций говорящего и для достижения конкретных целей» [17, с. 327]. Выбор и использование единиц номинации в конструировании высказывания трактуются в терминах номинативной стратегии [18]. Выбирая способы номинации компонентов референтной ситуации, которые соответствуют коммуникативной интенции, говорящий тем самым выбирает определенный способ конструирования внеязыковой реальности. Целью статьи является исследование взаимодействия номинативных и когнитивных аспектов в дискурсивном конструировании социокультурного феномена *MEATLESS FUTURE* как одного из «возможных миров».

Результаты и обсуждение

В настоящее время коммуникативные интенции в англоязычном гастрономическом медиадискурсе направлены на дискурсивное конструирование ментальной модели растительного стиля питания как идеологии здорового и экологичного пищевого поведения. Так называемая *The planetary health diet* (Диета планетарного здоровья), разработанная в 2019 году под эгидой Международной комиссии по питанию *EAT-Lancet*, задает вектор на потребление продуктов растительного происхождения, ср.: *The planetary health diet is largely plant-based* [19]. Идеологической основой трансформации практик питания является концепция негативного воздействия на окружающую среду человеческой деятельности, связанной с производством и потреблением пищевой продукции животного происхождения. Внедрению в модель мира адресата ценностных установок на сохранение экосистемы служит стратегия апелляции к «эпистемическим авторитетам» (*epistemic authorities*) [20], таким как Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (FAO), по данным которой ежегодно 15 % выбросов парниковых газов связаны со сферой животноводства, ср.: *The UN Food and Agriculture Organization estimates that livestock farming accounts for 15 % of humanity's annual worldwide greenhouse gas emissions* [21]. Отсылка к экспертному знанию предполагает активацию в картине мира адресата понимания зависимости будущего планеты от трансформации пищевого поведения. Практики питания, основу которых составляет значительное потребление мяса, интерпретируются в медийном дискурсе как угрожающие человечеству рисками экзистенциального порядка, ср.: *Meat-eaters are destroying the planet* – Мясоеды разрушают планету; *Five ways the meat on your plate is killing the planet* – Мясо на твоей тарелке убивает планету; *How our growing appetite for meat is harming the planet* – Как наш возрастающий интерес к мясу причиняет вред планете [23]. Глаголы с семанти-

кой разрушения, причинения вреда, уничтожения концептуализируют межсобытийную каузативную ситуацию, в которой устанавливается причинно-следственная связь между потреблением мяса и его негативным влиянием на экосистему. Мясная продукция, и говядина прежде всего, концептуализируется как заслуживающий особого внимания «виновник» пагубного влияния на окружающую среду, ср.: *Beef is a particular climate offender* [21].

В дискурсивном конструировании растительного стиля питания прагматически значимым представляется выведение в фокус разных компонентов референтной ситуации. В терминах О. К. Ирисхановой речь идет о когнитивном механизме синтаксического дефокусирования, посредством которого «наше сознание членит описываемую ситуацию на выделенные и невыделенные элементы» [23, с. 182]. Так, необходимость трансформации пищевой модели актуализируется модализованными пропозициями с семантикой необходимости, в которых прагматически выделенным является система питания (world's diets, food system) как объект воздействия, ср.: *The world's diets must change dramatically; Diet and food production must radically change to save planet* [24]. Выведение в синтаксический фокус субъекта-каузатора содержит импликацию побуждения к действию, и сама ситуация конструируется как модально-волеятативная, ср.: *What we eat matters: to change climate crisis, we need to reshape the food system* [24]; *We must change food production to save the world* [25]. Предикатная валентность модальных глаголов заполняется инфинитивным обозначением действий изменения, преобразования, трансформации, переосмысления: *reshape, transform, create, remake, diversify, rethink*. Обозначение субъекта этих глаголов интегративным *we* является средством контекстуализации адресата в качестве субъекта действия и интенций по трансформации практик питания.

Выведение в фокус принципа сокращения или отказа от потребления продукции животного происхождения интерпретируется как вклад индивида в сохранение экологической устойчивости, что свидетельствует об интенциональности формирования экологической парадигмы. Необходимость переосмысления отношения к еде в целях решения триединства проблем здоровья, экологической устойчивости, охраны животных трактуется в терминах экологического императива, понимаемого в экофилософии как «регулятор снижения экологической опасности» [25]. В англоязычном медиадискурсе экологический императив концептуализируется в терминах сокращения потребления мясной продукции, ср.: *It's an environmental imperative for people to eat more plants* [26]; *Reducing meat consumption is one approach that can help with food*

sustainability and security [27]; *Avoiding meat and dairy is 'single biggest way to reduce your impact on Earth* [27]. Модель питания без мяса оценивается как «беспроигрышная» (win-win) не только для здоровья людей, но и для экологической устойчивости планеты, ср.: *Meatless food means a healthy planet* [27]; *So there's potential for meatless meat to make a huge difference for the environment* [28]. Предметные имена *meatless meat, meatless food* интерпретируются пропозитивно, при этом событийный аспект опирается на имплицитный предикат употреблять в пищу. Логические отношения условности, причинности, актуализируемые в связочных предложениях с глаголами *be, mean*, могут быть эксплицированы, ср.: *Meatless meat is the future because it helps us stay healthier and in shape, helps our environment, and it nevertheless helps animals!* [27]. Содержание придаточного предложения служит аргументом в поддержку имиджа оптимистичного будущего «без мяса».

Вектор на изменение приоритетов пищевого поведения выходит за пределы понимания пищи как физиологической потребности и как носителя культурных значений. В фокусе оказывается подход к еде как к особому нормативно-регулятивному поведению. В данном случае уместно вернуться к рассуждению Р. Барта о питании как поведении, которое заходит дальше своей прямой цели, заменяет, вбирает в себя или обозначает другие виды поведения, отчего именно и является знаком [5]. Растительный стиль питания интерпретируется как социокультурный регулятив снижения экологической опасности. Таким образом, от морального императива ответственного отношения к здоровью и питанию [14, 15] происходит переход к экологическому императиву, социокультурной основой которого является формирование ценностных ориентиров в сфере взаимодействия человека и природы. Экологические регулятивы «ориентируют субъекта на экологические ценности, идеалы, нормы поведения» [25, с. 45]. Изменение пищевых предпочтений дискурсивно конструируется пропозициональным содержанием высказываний, актуализирующих релевантную макропропозицию, которая транслирует ценностные ориентиры растительного стиля питания как для телесности, так и для экосистемы, ср.: *Plant-based eating can provide lower environmental impact* [24]; *Changing what we eat is the biggest thing we can do to save the planet* [28].

Сама по себе концепция растительного питания не нова, новацией является то, что растительная еда из маргинального сегмента субкультуры вегетарианства и веганизма трансформируется в доминирующий стиль питания, ср.: *Plant-based foods aren't new, but what's happening now is it's gone from being a niche industry targeting mostly vegetarians*

and vegans, now it's grown into a **mainstream industry** that is targeting everyone [29]. Растительный вектор в трансформации практик питания находит отражение в дискурсивных практиках. В англоязычных медиатекстах растительный стиль питания категоризируется как тренд, ср.: **Trend of the year: Plant-based foods** [30]; **Plant-Based Eating – A New Trend on the Rise** [31]. Концептуальным основанием значения слова *trend* являются признаки градуального изменения, развития, достижения результата, вычленимые из словарных дефиниций, ср.: *trend – gradual change or development that produces a particular result* [31]. Динамика изменений пищевой модели вербализуется глаголами с семантикой роста, движения вверх – *thrive, boost, boom*, ср.: *The plant-based food market is booming; The cause of meat-free diets has been given in recent years a rocket boost, not by religion but by reason* [30]; *Faux animal products boomed in 2019* [30].

Понятие тренда ассоциируется с новизной, признаки которой концептуализируются «в терминах как происходящих, так и грядущих изменений, перемен, преобразований» [32, с. 698]. Концептуально значимый признак новизны растительного стиля питания вербализуется языковыми единицами с семантикой изменения, преобразования, сдвига – *shift, switch, change, transition, swap, new, innovation*, ср.: **Switching to a plant-based diet can help fight climate change** [30]; **The shift towards plant-based eating; Plant-based meat and dairy: recent innovations** [30]. О социальной значимости растительной еды свидетельствует ее концептуализация в терминах социального движения (*social movement / mock-meat movement*), господствующего направления (*mainstream movement*), движения «за еду без мяса» (*meatless meat movement*). Высокую степень социальной значимости происходящих и грядущих радикальных изменений в сфере питания вербализуют лексемы *revolution, revolutionary, revolutionize, plant-based revolution; mainstream revolution*, ср.: **Makers of animal-free products aim to revolutionize the very idea of meat** [29]. Социальный характер инновации в концептосфере еды лексикализуется прилагательными *planetary, global*, ср.: **The planetary health diet is largely plant-based** [19]; **Plant-based food is here to stay and will be a global phenomenon** [30]; **A spate of reports, including by the IPCC and John Hopkins Center for a Livable Future, has stressed the planetary benefits of cutting animal products from our diets** [29]. Прилагательные *global, planetary* в социокультурном контексте глобального мироустройства задают оценочную интерпретацию растительного стиля питания для снижения экологических рисков.

Понятие новизны включает в себя ценностный потенциал и тем самым входит в круг социального

интереса [32, с. 695–696]. Признание тренда со стороны социума концептуализируется глаголом *embrace* (*обнимать*), посредством которого метафорически интерпретируется позитивное отношение к растительному стилю питания, ср.: **Embrace a Fake-Meat Future; At the same time, many are embracing a plant-based diet because of health issues and to help environmental sustainability** [29]; **Amazing Health Benefits of Embracing a Plant-Based Diet** [30]. Оценочная категоризация растительной пищи в терминах тактильного контакта активизирует знание о вхождении этого тренда в личное ментальное пространство человека – пространство мнений, оценок, убеждений, социокультурного знания.

Изменение приоритетов пищевого поведения отражается в обновлении номинативных ресурсов в сфере лексической категоризации, связанной с едой. Как было отмечено выше, атрибутивное сочетание *plant food* объективирует знание о пище растительного происхождения (злаки, овощи, листовая зелень, бобовые, фрукты, ягоды, орехи, грибы). О фиксации новых признаков лексической категории РАСТИТЕЛЬНАЯ ЕДА (*PLANT FOOD*) сигнализирует неологизм *plant meat* (растительное мясо), который представляет собой соединение языковых единиц, принадлежащих когнитивно несовместимым концептуальным областям. Структура знания, которую объективирует сочетание *plant meat*, имеет форму пропозициональной модели. В понимании Дж. Лакоффа, пропозициональная модель какой-либо области знания включает элементы, существующие в данной области, их характеристики, признаки и логические отношения, существующие между ними [33, р. 113]. Пропозициональная модель, характеризующая знание о растительном мясе, имплицитно предикаты **BE MADE FROM** (СДЕЛАННЫЙ ИЗ), **BE LIKE** (ПОХОЖИЙ), устанавливающие логическую связь между концептами *PLANT* и *MEAT*. Словосочетание *plant meat* закрепляет знание о совмещении на концептуальном уровне признаков ‘отсутствие мяса’ и ‘сходство с настоящим мясом’. Присоединение атрибута *plant* к существительному *meat* приводит к образованию новой категории – категории мясоподобных продуктов в том смысле, что растительное мясо – это уже не мясо, а его имитация. В анализируемом материале словосочетание *plant meat* служит средством субкатегоризации внутрилексической категории *plant food*, что приводит к такому расширению категории, «при котором в нее попадают изначально противопоставленные друг другу переменные признаки» [23, с. 140].

Обращение к языковой действительности свидетельствует о том, что когнитивно значимый признак ‘отсутствие мяса’ получает языковую фиксацию атрибутивными словосочетаниями *meatless*

meat (мясо без мяса), *chicken-free chicken nuggets* (куриные нагетсы без курицы), *non-meat burger* (безмясной бургер). Вышеприведенные языковые единицы эксплицируют противоречивую несовместимость свойств номинируемого объекта. Соединение двух антонимических понятий, противоречащих друг другу по смыслу, традиционно трактуется как оксюморон [34]. В ракурсе концептуальной интеграции атрибутивные сочетания оксюморонного типа представляют собой концептуальную эмерджентную структуру (*emergent structure*) как концептуальный бленд, посредством которого категоризируется знание человека о концепте *PLANT MEAT* как о пищевой продукции, не содержащей мяса в своем составе, но имитирующей сходство с настоящим мясом. Суть концептуальной интеграции заключается в том, что бленд как конструируемое ментальное пространство не тождественен ни одному из исходных (*input*) пространств и не является суммой их элементов. При образовании бленда происходит проекция из исходных пространств. Так, из ментального пространства *PLANT* наследуется признак 'растительная основа', а из ментального пространства *MEAT* наследуется признак 'перцептивные свойства мяса'.

Анализируемые сочетания содержат в своей концептуальной структуре концепт отрицания, в сфере действия которого оказывается признак 'мышечная ткань животных как пищевой продукт', релевантный для второго члена антонимической оппозиции. В социокультурном контексте здорового, экологичного, этичного питания признак 'отсутствие мяса' интерпретируется как положительная характеристика нового продукта питания, как преимущество для здоровья и экологии, что актуализируется на пропозитивном уровне, ср.: *So there's potential for meatless meat to make a huge difference for the environment* [21] – Потенциал мяса на растительной основе (безмясного мяса) имеет колоссальное значение для окружающей среды. Таким образом, лингвокреативный потенциал оксюморонных номинаций в категоризации нового продукта питания заключается в фокусировании признака 'отсутствие мяса' в продукте, что является ценностным ориентиром в трансформации практик питания.

Прагматика номинации *plant meat* активирует в модели мира адресата гуманистический аспект растительного мяса – образ как бы мясного продукта, при производстве которого «не пострадало ни одно животное». Образ гуманного будущего, свободного от жестокости по отношению к животным, закрепляется номинациями *slaughter-free / animal-free / cruelty-free future, cruelty-free food*. Амбициозная цель по созданию будущего без мяса вербализуется языковыми единицами *meatless trend, meat-*

free future, meatless ecosystem, meat-free world, meatless food industry, meatless consumption, meatless companies, meat-free market, meatless revolution. В социокультурном контексте практик питания растительное мясо концептуализируется как способ решения вопросов экологии, здоровья, гуманного отношения к животным. Неологизмы (*meatless meat, plant meat*), номинирующие мясодобную продукцию, отвечают прагматическим требованиям, суть которых сводится к тому, что «информация, вводимая новым словом, должна быть релевантной, т. е. она должна быть интегрирована с предшествующей информацией (знаниями) коммуникантов [35, с. 170]. Исследование динамики британской лингвокультуры питания свидетельствует о том, что глуттонический архетип *meat* – «мясо» широко представлен в номинативных ресурсах англоязычного гастрономического дискурса [10, 36]. Создание новых номинаций, в состав которых входит лексема *meat*, обусловлено ее интеграцией с фоновыми знаниями адресата о мясе, его питательной ценности, вкусовых качествах, которые могут быть имитированы в растительной альтернативе. Оксюморонные номинации создают определенный когнитивный контекст, в котором профилируется знание об отсутствии в пищевом продукте онтологического признака 'мышечная ткань животных как пищевой продукт', что позволяет активировать в пищевой модели адресата представление о преимуществах этого продукта для здоровья и экологии.

Растительное мясо оказывается аттрактивным продуктом для тех потребителей, которых волнуют проблемы экологии, здоровья, гуманного отношения к животным, но в то же время им нравится и вкус мяса. Тем более что существующие пищевые технологии модификации состава пищи позволяют прививать материальному субстрату вкус, запах, который закреплен в гастрономической памяти индивида. На дискурсивном уровне профилируется высокая степень сходства мясозаменителей с натуральным мясом: они имеют аналогичный запах, вкус, такую же волокнистую структуру, питательную ценность. Высокая степень правдоподобия делает их практически неотличимыми от продукции животного происхождения, ср.: *Plant-based sandwich offering is virtually indistinguishable – in flavour, texture and appearance – from the beef-based fare that they are familiar with* [37]. Именно поэтому в номинациях для обозначения аналогов, заменителей, альтернатив натуральному мясу присутствует и лексема *meat*. Тем самым становится очевидным, что намерение безболезненно исключить мясо из рациона питания на самом деле усиливает его важность на когнитивном уровне.

Заключение

Итак, дискурсивное конструирование в массмедийном дискурсе экологического императива *MEATLESS FUTURE* нацелено на трансформацию ценностных приоритетов в отношении практик питания. В картину мира адресата внедряется модель пищевого поведения, ценностным ориентиром которой является сокращение потребления мяса и переход на аналоги, заменители, имитации мясной продукции. Решению когнитивных и коммуникативных задач по конструированию положительного имиджа будущего без мяса способствуют оксюморонные номинации, посредством ко-

торых объективируется структура знания о растительном мясе как о пищевой продукции, не содержащей мяса в своем составе, но имитирующей сходство с настоящим мясом. Оксюморонные номинации свидетельствуют не только о дискурсивном освоении новаций в сфере еды, но и о формировании новой лингвокультурной гастрономической реальности. Перспективным представляется исследование когнитивно-прагматических механизмов речевого воздействия, направленных на внедрение в модель мира адресата ценностных установок идеологии альтернативного мяса как еды будущего.

Список литературы

1. Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка: Когнитивные исследования. М.: Знак, 2012. 208 с.
2. Langacker R. W. Cognitive Grammar. N.Y.: Oxford University Press, 2008. 562 p.
3. Lee D. Cognitive Linguistics: An Introduction. Oxford: OUP, 2004. 223 p.
4. Kövecses Z. Language, Mind and Culture. Oxford, 2006. 397 p.
5. Барт Р. К психосоциологии современного питания // Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2004. С. 366–376.
6. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса. Волгоград: Парадигма, 2004. 507с.
7. Земскова А. Ю. Лингвосемиотические характеристики англоязычного гастрономического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2009. 22с.
8. Еда по-русски в зеркале языка / Н. Н. Розанова, М. В. Китайгородская, У. Долешаль и др. М.: РГГУ, РАН, Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова, 2013. 586 с.
9. Сохань И. В. Тоталитарный дискурс культуры еды в Советской России 1920–1930 гг. // Вестник Томского гос. ун-та. 2010. № 332. С. 63–68.
10. Ермакова Л. Р. Глоттонические прагматонимы и национальный характер (на материале русской и английской лингвокультур): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2011. 27 с.
11. Ундрицова М. В. Глоттонический дискурс: лингвокультурологические, когнитивно-прагматические и переводческие аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2015. 26 с.
12. Дейк ван Т. А. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. 2-е изд. М.: УРСС: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2015. 352 с.
13. Иссерс О. С. Когнитивно-прагматические особенности «пищевого» дискурса в СМИ // Еда по-русски в зеркале языка / Н. Н. Розанова, М. В. Китайгородская, У. Долешаль, Д. Вайс и др. М.: РГГУ, РАН, Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова, 2013. С. 165–174.
14. Coveney J. Food, Morals and Meaning: The Pleasure and Anxiety of Eating. London; New York: Routledge, 2006. 188 p.
15. Coveney J. Food. London; New York: Routledge, 2014. 108 p.
16. Кравченко С. А. Социальная и культурная динамика еды: приобретения и уязвимости // Вестник МГИМО (У) МИД России. Социологические исследования. 2015. № 1 (369). С. 85–94.
17. Кубрякова Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004. 560 с. (Язык. Семиотика. Культура).
18. Гришаева Л. И. Взаимодействие номинативных и дискурсивных стратегий в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2006. № 17. С. 87–100.
19. New plant-focused diet would ‘transform’ planet’s future, say scientists. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2019/jan/16/new-plant-focused-diet-would-transform-planets-future-say-scientists> (дата обращения: 16.01.2019).
20. Dijk van T. A. Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach. Cambridge University Press, 2014. 549 p.
21. Laugh if you want, but the ‘McPlant’ burger is a step to a greener world. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/nov/18/laugh-if-you-want-but-the-mcplant-burger-is-a-step-to-a-greener-world> (дата обращения: 18.11.2020).
22. Inside the Impossible Burger: is the meat-free mega trend as good as we think? URL: <https://www.theguardian.com/food/2019/mar/14/impossible-burger-meat-from-cells-change-eating-habits> (дата обращения: 14.03.2019).
23. Ирисханова О. К. Игры фокуса в языке: семантика, синтаксис и прагматика дефокусирования. М.: Языки славянской культуры, 2014. 320 с.
24. What we eat matters: to change climate crisis, we need to reshape the food system. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/oct/08/climate-change-food-global-heating-livestoc> (дата обращения: 08.10.2019).

25. Басилаиа М. А. Необходимость снижения экологической опасности как императив глобального мироустройства: философский анализ: автореф. дис. ... д-ра философ. наук. Ростов н/Д, 2011. 53 с.
26. The diet for a healthy planet: what should environmentalists eat? URL: <https://www.theguardian.com/environment/2019/jan/27/environmentally-friendly-foods-samin-nosrat> (дата обращения: 27.01.2019).
27. Our Meatless Future. URL: <https://www.cbinsights.com/research/future-of-meat-industrial-farming> (дата обращения 15.07.2020).
28. What we eat matters for the planet. URL: www.nytimes.com/2019/06/21/opinion/fake-meat-climate-change.html (дата обращения: 18.03.2020).
29. Hold the beef: How plant-based meat went mainstream. URL: <https://www.theguardian.com/food/2020/feb/09/hold-the-beef-how-plant-based-meat-went-mainstream> (дата обращения: 09.02.2020).
30. Trend of the year: Plant-based foods. URL: <https://www.foodbusinessnews.net/articles/15105-trend-of-the-year-plant-based-foods> (дата обращения: 15.02.2019).
31. LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English. Third Edition. Essex: Longman Group Ltd., 1997. 1680 p.
32. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
33. Lakoff G. Women, Fire and Dangerous Things. Chicago; London: The University of Chicago Press, 1987. 614 p.
34. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Книга по требованию, 2013. 608 с.
35. Заботкина В. И. Слово и смысл. М.: РГГУ, 2012. 428 с.
36. Пожидаева Е. В. Пути формирования и развития национальной лингвокультуры питания (на примере английского языка) // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2012. № 5. С. 84–87.
37. Calm down, carnivores: fake meat with real flavour is good for all of us. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/12/fake-meat-plant-based-burgers-vegetarians-vegans> (дата обращения: 12.06.2018).

Семенова Татьяна Ивановна, профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Иркутский государственный университет (ул. Ленина, 8, Иркутск, Россия, 664025).
E-mail: tisemenova54@mail.ru

Материал поступил в редакцию 12.01.2021.

DOI 10.23951/1609-624X-2021-3-76-84

NOMINATIVE STRATEGIES IN THE CONSTRUAL OF THE ECOLOGICAL IMPERATIVE MEATLESS FUTURE IN ENGLISH MEDIADISOURSE

T. I. Semenova

Irkutsk State University, Irkutsk, Russian Federation

Introduction. The impact of the food practices on the environment and human health is an area that has been receiving much attention in media discourse. The paper views alternative food practices from a linguistic perspective. The study highlights nominative strategies in the construal of the positive image of the plant-based meat as a trendy meatless food product. The paper brings into focus the issue that plant-based eating can provide lower environmental impact. The paper considers the ways of shaping and interpreting the shift towards plant-based eating in English media discourse.

Material and methods. The study discusses cognitive operations of categorization, conceptual integration, focus shift involved in positive image-building of meat alternatives as a relatively new product category.

Results and discussion. Of central concern in the study is the issue of the environmental imperative that is incorporated in media discourse into promotion of meat-reduced or meatless products through highlighting its benefits for the environment. The study considers nominative aspects of categorizing meat substitutes as a novel food product. The paper discusses oxymoron nominations meatless meat, chicken-free chicken nuggets, non-meat burger in terms of conceptual integration.

Conclusion. The author comes to the conclusion that oxymoron nominations like meatless meat, chicken-free chicken nuggets, non-meat burger are used in order to make the idea of reduced-meat consumption a more attractive option for consumers. The paper reveals the communicative function and pragmatic potential of the conceptual blend plant meat, meatless meat in shaping health and environmental benefits of a meat-free food style in media discourse.

Keywords: *alternative construal of the world, nominative strategy, conceptual integration, oxymoron, ecological imperative, food practices.*

References

1. Kubryakova E. S. *V poiskakh sushchnosti yazyka: Kognitivnye issledovaniya* [In search of the nature of the language: Cognitive investigations]. Moscow, Znak Publ., 2012. 208 p. (in Russian).
2. Langacker R.W. *Cognitive Grammar*. NY: Oxford University Press, 2008. 562 p.
3. Lee D. *Cognitive Linguistics: An Introduction*. Oxford: OUP, 2004. 223 p.
4. Kövecses Z. *Language, Mind and Culture*. Oxford, 2006. 397 p.
5. Bart R. K. psikhosotsiologii sovremennogo pitaniya [On the psychology of modern eating habits]. *Sistema mody: Stat'i po semiotike kul'tury* [Fashion system. Articles on the semiotics of culture]. Moscow, Izd-vo im. Sabashnikovykh Publ., 2004. pp. 366–376 (in Russian).
6. Olyanich A. V. *Prezentatsionnaya teoriya diskursa* [The theory of the discourse presentation]. Volgograd, Paradigma Publ., 2004. 507 p. (in Russian).
7. Zemskova A. Yu. *Lingvosemioticheskie karakteristiki angloyazychnogo gastronomicheskogo diskursa. Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Lingvosemiotic features of the English gastronomic discourse. Abstract of thesis cand. philol. sci.]. Volgograd, 2009. 22 p. (in Russian).
8. Rozanova N. N., Kitaygorodskaya M. V., Doleshal' U. et al. *Eda po-russki v zerkale yazyka* [Food in Russian in the mirror of the language]. Moscow, Russian State University for the Humanities, RAS, V.V. Vinogradov Institute of the Russian Language Publ., 2013. 586 p. (in Russian).
9. Sohan' I. V. Totalitarnyy diskurs kul'tury edy v Sovetskoj Rossii 1920–1930 gg. [Totalitarian discourse of food in the Soviet Russia in 1920–1930]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2010, no. 332, pp. 63–68 (in Russian).
10. Ermakova L. R. *Glyuttonicheskiye pragmatonimy i natsional'nyy kharakter (na materiale russkoj i anglijskoj lingvokul'tur). Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Gluttonic pragmatonyms and national character: on the data of Russian and English lingvoculture. Abstract of thesis cand. philol. sci.]. Belgorod, 2011. 27 p. (in Russian).
11. Undritszova M. V. *Glyuttonicheskij diskurs: lingvokul'turologicheskiye, kognitivno-pragmaticheskiye i perevodcheskiye aspekty. Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Gluttonic discourse: lingvocultural, cognitive-pragmatic and translation aspects. Abstract of thesis cand. philol. sci.]. Moscow, 2015. 26 p. (in Russian).
12. Dejk van T. A. *Diskurs i vlast'. Reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii* [Discourse and Power. Representation of domination in language and communication]. Moscow, URSS: Knizhnyy dom LIBROKOM Publ., 2015. 352 p. (in Russian).
13. Issers O. S. Kognitivno-pragmaticheskiye osobennosti «pishchevogo» diskursa v SMI [Cognitive-pragmatic features of food discourse]. In: Rozanova N. N., Kitaygorodskaya M. V., Doleshal' U., Vays D. et al. *Eda po-russki v zerkale yazyka* [Russian food in the mirror of the language]. Moscow, Russian State University for the Humanities, RAS, V. V. Vinogradov Institute of the Russian Language Publ., 2013. Pp. 165–174 (in Russian).
14. Coveney J. *Food, Morals and Meaning: The Pleasure and Anxiety of Eating*. Routledge London and New York: Routledge, 2006. 188 p.
15. Coveney J. *Food*. London and New York: Routledge, 2014. 108 p.
16. Kravchenko S. A. Sotsial'naya i kul'turnaya dinamika edy: priobreteniya i uyazvimosti [Social and cultural dynamics of food: acquisitions and vulnerabilities]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya – Sociological Studies*, 2015, no. 1 (369), pp. 85–94 (in Russian).
17. Kubryakova E. S. *Yazyk i znaniye. Na puti polucheniya znaniy o yazyke: chasty rechi s kognitivnoy tochki zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira* [Language and knowledge. On the way to gaining knowledge about the language. Parts of speech from a cognitive perspective]. Moscow, Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ., 2004. 560 p. (Yazyk. Semiotika. Kul'tura – Language. Semiotics. Culture) (in Russian).
18. Grishayeva L. I. Vzaimodeystviye nominativnykh i diskursivnykh strategiy v politicheskom diskurse [Interaction of nominative and discursive strategies in political discourse]. *Politicheskaya lingvistika*, 2006, no. 17, pp. 87–100 (in Russian).
19. *New plant-focused diet would 'transform' planet's future, say scientists*. URL: <https://www.theguardian.com/environment/2019/jan/16/new-plant-focused-diet-would-transform-planets-future-say-scientists> (accessed 16 January 2019).
20. Dijk van T. A. *Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach*. Cambridge University Press, 2014. 549 p.
21. *Laugh if you want, but the 'McPlant' burger is a step to a greener world*. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/nov/18/laugh-if-you-want-but-the-mcplant-burger-is-a-step-to-a-greener-world> (accessed 18 November 2020).
22. *Inside the Impossible Burger: is the meat-free mega trend as good as we think?* URL: <https://www.theguardian.com/food/2019/mar/14/impossible-burger-meat-from-cells-change-eating-habits> (accessed 14 March 2019).
23. Iriskhanova O. K. *Igry fokusa v yazyke: semantika, sintaksis i pragmatika defokusirovaniya* [Focus shifts in the language: semantics, syntax and pragmatics of defocusing]. Moscow, Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ., 2014. 320 p. (in Russian).
24. *What we eat matters: to change climate crisis, we need to reshape the food system*. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/oct/08/climate-change-food-global-heating-livestoc> (accessed 8 October 2019).
25. Basilaia M. A. *Neobhodimost' snizheniya ekologicheskoy opasnosti kak imperativ global'nogo miroustroystva: filosofskiy analiz. Avtoref. dis. dokt. filos. nauk* [The need to reduce environmental hazards as an environmental imperative of the world order: philosophic analysis. Abstract of thesis dis. doct. Philosoph. sci.]. Rostov-on-Don, 2011. 53 p. (in Russian).

26. *The diet for a healthy planet: what should environmentalists eat?* URL: <https://www.theguardian.com/environment/2019/jan/27/environmentally-friendly-foods-samin-nosrat> (accessed 27 January 2019).
27. *Our Meatless Future*. URL: <https://www.cbinsights.com/research/future-of-meat-industrial-farming> (accessed 15 July 2020).
28. *What we eat matters for the planet*. URL: www.nytimes.com/2019/06/21/opinion/fake-meat-climate-change.html (accessed 18 March 2020).
29. *Hold the beef: How plant-based meat went mainstream*. URL: <https://www.theguardian.com/food/2020/feb/09/hold-the-beef-how-plant-based-meat-went-mainstream> (accessed 9 February 2020).
30. *Trend of the year: Plant-based foods*. URL: <https://www.foodbusinessnews.net/articles/15105-trend-of-the-year-plant-based-foods> (accessed 15 February 2019).
31. *LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English*. Third Edition. Essex: Longman Group Ltd., 1997. 1680 p.
32. Arutyunova N. D. *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the human world]. Moscow, Yazyki russkoy kul'tury Publ., 1999. 896 p. (in Russian).
33. Lakoff G. *Women, Fire and Dangerous Things*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1987. 614 p.
34. Akhmanova O. S. *Slovar' lingvisticheskikh terminov* [Dictionary of linguistic terms]. Moscow, Kniga po trebovaniyu Publ., 2013. 608 p. (in Russian).
35. Zabolotkina V. I. *Slovo i smysl* [Word and meaning]. Moscow, RSUH Publ., 2012. 428 p. (in Russian).
36. Pozhidayeva E. V. *Puti formirovaniya i razvitiya natsional'noy lingvokul'tury pitaniya (na primere angliyskogo yazyka)* [Ways of formation and development of the national food culture (on the example of the English language)]. *Vestnik KGU im. N. A. Nekrasova – Vestnik of Kostroma State University*, 2012, no. 5, pp. 84–87 (in Russian).
37. *Calm down, carnivores: fake meat with real flavour is good for all of us*. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/12/fake-meat-plant-based-burgers-vegetarians-vegans> (accessed 12 June 2018).

Semenova T. I., Doctor of Philological Sciences, Professor, Irkutsk State University (ul. Lenina, 8, Irkutsk, Russian Federation, 664025).
E-mail: tisemenova54@mail.ru