

- Sukma B.P.* (2012). Interpersonal metadiscourse markers as persuasive strategies in Barack Obama's 2012 campaign speeches. *Kompleks Indonesia Peace and Security Center*. 2017. 29(2): 283–292.
- Takimoto M.* (2015). A Corpus-based analysis of hedges and boosters in English academic articles. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*. 5(1): 95–105.
- Tsybina N.A.* (2019). Gender aspect of political discourse. *Bulletin of the Chelyabinsk State University*. 1(423): 145-150.
- Vande Kopple W.* (1985). Some exploratory discourse on metadiscourse. *College Composition and Communication*. 1985. 36(1): 82-93.
- Zou H., Hyland K.* (2019). Reworking research: Interactions in academic articles and blogs. *Discourse Studies*. 21(6): 713-733.
- Zou H., Hyland K.* (2020). "Think about how fascinating this is": Engagement in academic blogs across disciplines. *Journal of English for Academic Purposes*. 43: 100809.

Sources of illustrative materials

New Year's Addresses of the President of Russia to the citizens [Electronic resource]. URL: <http://www.kremlin.ru> (accessed 10.11.2022).

УДК 811.111

ББК 81.432.1

DOI 10.51955/2312-1327_2023_1_181

ЛИНГВОКРЕАТИВНОСТЬ В ДИСКУРСИВНОМ КОНСТРУИРОВАНИИ ЕДЫ БУДУЩЕГО В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

*Татьяна Ивановна Семенова,
orcid.org/0000-0002-8929-699X,
доктор филологических наук, профессор
Иркутский государственный университет,
ул. Карла Маркса, 1
Иркутск, 664025, Россия
tisemenova54@mail.ru*

Аннотация. С позиций когнитивно-дискурсивной парадигмы проведено исследование лингвокреативного потенциала языковых средств и когнитивных механизмов концептуальной интеграции и сдвига фокуса внимания в дискурсивном конструировании модели еды будущего в англоязычных информационно-аналитических статьях. Как проявление лингвокреативности анализируется нарушение нормы сочетаемости языковых единиц и обосновываются когнитивные процессы порождения новых концептов и концептуальных структур в дискурсивной деятельности. Высвечивается лингвокреативный потенциал номинативных единиц оксюморонного и имитирующего типа в структурировании знания о еде будущего, для которых значимыми концептуальными признаками становятся признаки 'отсутствие мяса в продукте' и 'сходство с настоящим мясом'. Исследуется прагматика производных номинаций с лексемой *meat* (*meatless*, *meat free*, *meatish*, *meaty*, *meatlike*) в качестве мотивирующей основы в целях реализации коммуникативной интенции вызвать положительные

ассоциации в модели мира адресата, связанные с фоновыми знаниями о мясе, его вкусовыми качествами. Результаты исследования могут внести вклад в дальнейшее изучение проявления механизмов, результатов, процессов лингвистической креативности в решении когнитивных задач и в реализации коммуникативных интенций в медиадискурсе.

Ключевые слова: вариативное конструирование мира, лингвокреативность, номинация, словообразовательная модель, концептуальная интеграция, ментальная модель, сдвиг фокуса внимания.

LINGUISTIC CREATIVITY IN DISCURSIVE MODELING OF THE FUTURE FOOD VISION IN ENGLISH MEDIA DISCOURSE

*Tatiana I. Semenova,
orcid.org/0000-0002-8929-699X,
Doctor of Sciences (Philology), Professor
Irkutsk State University,
1, Karl Marx Str.
Irkutsk, 664025, Russia
tisemenova54@mail.ru*

Abstract. Linguistic creativity is viewed as a cognitive and discursive phenomenon. The paper discusses creative language use in discursive construal of future food vision in English media. Of central concern in the study is the issue of how the creative potential of the language system is realized in the process of alternative construal of the future food vision in the English media discourse. The study considers cognitive operations of conceptual integration, focus shift involved in alternative construal of fake meat products in English media discourse. The author highlights the issue that the concept FAKE MEAT is a way of conceptualizing food made from plants with the appearance of meat thus being like meat and being different from meat. The study brings into focus the violation of the language norm as potential resource for creativity. The paper reveals pragmatic potential of the conceptual blends like *meatless meat* and *fake meat* in shaping health and environmental benefits of a meat-free food style in media discourse. The results obtained may be helpful for further research into the linguistic realization of creativity in media discourse.

Key words: alternative construal of the world, lingvocreativity, nomination, world-building model, conceptual integration, mental model, focus shift.

Введение

Лингвокогнитивный феномен «конструирование мира» (alternative construal of the world) базируется на идее выбора альтернативных способов языковой объективации ментальных структур с опорой на когнитивные процессы сдвига фокуса внимания, профилирования, различения фона и фигуры, фреймовой организации знания, когнитивного моделирования [Langacker, 2002; Lee 2004; Kövecses 2006; Кубрякова, 2004; Болдырев 2019]. В ракурсе концепции «миропорождения» рассматривается миромоделирующий потенциал дискурса, «а все принимающие участие в этом процессе языковые формы – как служащие построению такого «возможного мира» [Кубрякова, 2004, с. 522]. Как содержательную характеристику дискурса Ю. С. Степанов выделяет связь дискурса с созданием «возможных миров», с репрезентацией дискурсом «особой

социальной данности» [Степанов, 1995, с. 38-39]. Общепризнанным является представление о том, что за каждым типом дискурса проступает свой «возможный мир», в нашем исследовании таким «возможным миром» предстаёт когнитивно-дискурсивное конструирование модели еды будущего.

Выбор языковых средств означивания многообразия внеязыковой реальности коррелирует со способом конструирования дискурсивного возможного мира, соответствующего коммуникативной интенции говорящего. В этой связи Е. С. Кубрякова обосновывает проблему языкового конструирования мира как проблему выбора определённых средств номинации «в зависимости от интенции говорящего и для достижения конкретных целей» [Кубрякова, 2004, с. 327]. Вариативность языковой объективации формируемой в сознании человека новой структуры знания сопряжена с креативной природой речемыслительной деятельности человека, с особенностями восприятия и конструирования внеязыковой реальности.

Важность и необходимость изучения когнитивных механизмов и принципов языкового творчества в порождении новых смыслов и новых языковых единиц в процессе креативного использования ресурсов языка в коммуникативном взаимодействии определяет *актуальность* настоящего исследования. *Цель* исследования заключается в выявлении и обосновании когнитивных механизмов реализации лингвокреативности в концептуализации ментальной модели еды будущего в англоязычных информационно-аналитических медиатекстах.

Материалы и методы

Эмпирическим материалом исследования послужил корпус из 65 статей информационно-аналитической направленности за период 2019-2023 годов, размещённых в изданиях The Guardian, The Independent, The New York Times, тематической доминантой которых является образ еды будущего (future food vision).

Анализ и результаты

Проблема соотношения языковых и когнитивных структур на разных уровнях их взаимодействия в процессах языковой деятельности поднимает вопрос о том, «действительно ли язык **отражает** мир или же в определённом смысле **творит** и **созидает** его» [Кубрякова, 2012, с. 147]. Признание центральной роли человека в процессах познания, в формировании значения языкового знака, в интерпретации мира, выводит в исследовательский фокус изучение когнитивных механизмов, результатов, процессов языковой и мыслительной креативности. Проблема связи языкового творчества с теми знаниями о мире и о языке, которыми располагает человек, выдвигает лингвокреативность «в состав ключевых метаязыковых единиц языка» [Смирнова, 2021, с. 89]. Лингвокреативность трактуется «как процесс появления новых когнитивных образований и концептуальных структур, а также объективация их в языковых выражениях» [Ирисханова, 2004, с. 33]. Лингвистика креатива включает в себя изучение самых разных векторов

проявления творческой инициативы говорящих в реализации потенциала языка [Лингвистика креатива – 4, 2018]. Обращение к проблематике лингвокреативности свидетельствует о ее проявлении на всех уровнях языковой системы и о реализации лингвокреативных процессов в разных типах дискурса и различных дискурсивных практиках [Carter, 2015; Беляевская, 2022; Гришаева 2022; Лингвокреативность в дискурсах..., 2021; Лингвистика креатива – 5, 2020].

Постулирование необходимости рассмотрения лингвокреативности «на пересечении системных и речевых аспектов» [Ирисханова, 2004, с. 121] получает дальнейшее развитие в исследовании соотношения языковой нормы и ее вариативности / девиантности «в их диалектическом и взаимодействующем единстве» [Зыкова, 2017, с. 605]. Присущее норме свойство вариативности «допускает адаптацию языкового употребления к постоянно меняющимся условиям коммуникации» [Беляевская, 2022, с. 62]. В контексте сложных связей между нормативностью, конвенциональностью и окказиональностью анализирует феномен креативности Л. И. Гришаева [Гришаева, 2022]. В реализации креативного потенциала языка в речи Е. Г. Беляевская высвечивает системность в креативном использовании языковых средств, что позволяет рассматривать лингвистическую креативность как «тестирование вариативного потенциала языковой системы в процессе дискурсивной деятельности говорящего с учётом возможных пределов расширения нормы» [Беляевская, 2022, с. 67-68]. Релевантность фактора нормы в креативном характере языковой деятельности обусловлена тем, что «понять и осмыслить феномен лингвокреативности можно **только на фоне нормы**» [Гришаева, 2022, с. 19].

В ракурсе когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвокреативность, как и любое языковое явление, подлежит изучению и осмыслению в когнитивном и коммуникативном аспектах. С когнитивных позиций анализ лингвокреативности нацелен на установление ее роли в осмыслении и категоризации новых фрагментов внеязыковой действительности и сфер опыта, коммуникативный же ракурс высвечивает роль лингвокреативности в дискурсивной деятельности, в процессе которой происходит выбор более эффективных в прагматическом плане языковых средств и когнитивных стратегий для реализации коммуникативной интенции. Так, американский лингвист-когнитолог Д. Ли, опираясь на главный постулат когнитивной лингвистики о зависимости значения всех языковых форм от когниции, характеризует когнитивную основу креативности в языке как способность человека находить новые средства для фиксации новых структур знания в целях решения определённой коммуникативной и когнитивной задачи [Lee, 2004, р. 200-201]. Когнитивно-дискурсивную сущность лингвокреативности обуславливает как возможность выбора и создания инновационной номинации, так и реализация в дискурсе определённой речевой интенции [Кшеновская, 2020]. Л. И. Гришаева видит в креативности возможность субъективного решения «некоторой когнитивной и коммуникативной задачи в конкретных коммуникативных условиях» [Гришаева, 2022, с. 19].

Возможности и границы актуализации креативного потенциала языковой системы, способы манифестации лингвокреативности в разных дискурсах исследуются в зависимости от типа дискурса, его функций и прагматической направленности [Лингвокреативность в дискурсах..., 2021]. Как сфера лингвокреативности деятельности изучается массмедийный дискурс. Так, например, в медийном дискурсе рассматривается прагматический потенциал лингвокреативности и реализация когнитивных механизмов, обеспечивающих формирование лингвокреатива [Шмелева, 2020].

Трактовка дискурса как сложной системы порождения, трансфера, иерархии разных типов знания, способов их концептуальной организации и языковой репрезентации [Кубрякова 2004; Dijk, 2014; Болдырев, 2019] предполагает наличие интегрированных когнитивных моделей в качестве основы обработки и интерпретации дискурса. В теории когнитивных моделей Т. А. ван Дейка ментальная модель представляет собой структуру организации знания о фрагменте мира, представление о котором конструируется в дискурсивной деятельности [Дейк ван, 1989, с. 69-70]. Когнитивные модели выступают в качестве «референциальной основы когнитивной интерпретации дискурса» [Там же, с. 141]. Конструируемая реципиентами ментальная модель фрагмента мира, представленная в дискурсивном пространстве, может не совпадать полностью с той моделью, которую журналист-адресант хотел бы сформировать в сознании адресата, однако вариативность ее интерпретации ограничена социо-культурным контекстом, включающим знания, оценки, убеждения, мнения, ценностные установки участников социального взаимодействия.

Адресатность дискурса как его конституирующая характеристика [Кубрякова, 2012, с. 123] обуславливает воздействующий потенциал дискурсивной деятельности в целях внедрения в модель мира адресата нового знания и / или модификацию уже имеющегося. В динамично меняющейся картине мира когнитивно-коммуникативной средой порождения и продвижения в социум знания об инновациях в пищевых технологиях, о вреде мясной продукции для здоровья, о новых экологически безопасных продуктах питания на основе растительного белка и их преимуществах, служат медиатексты, в которых вектор коммуникативных интенций направлен на дискурсивное конструирование в сознании адресата необходимости сокращения потребления мясной продукции и переход на ее растительные аналоги.

Идеологическую основу ментальной модели трансформации практик питания формирует заголовок, когнитивной функцией которого в конвенциональной структуре медиатекста является активизация «основных моделей данного текста» [Дейк ван, 1989, с. 145]. Заголовок как доминирующий топик-макропропозиция в структуре текста инициирует процесс формирования в сознании адресата ментальной модели социальной ситуации, основой которой служит пропозициональная база текста и лежащие в ее основе социальные установки, знания и убеждения.

Необходимость модификации практик питания актуализируют заголовки, вербализующие деструктивное воздействие мясной продукции на здоровье и экологию: *Meat eaters are **destroying** the planet – Мясоеды **разрушают** планету* [Meat eaters ..., 2022], *Rising global meat consumption will **devastate** environment* [The diet..., 2018] – *Рост потребления мяса в мире **погубит** окружающую среду*, *How eating meat **hurts** wildlife and the planet* [How eating meat..., 2022] – *Как потребление мяса **вредит** природе и планете*. Экспликация негативной оценки мясной продукции оценочными пропозициями с семантикой разрушения, причинения вреда, уничтожения (*breakdown, destroy, devastate, hurt*) сопряжена с имплицитной интенцией побуждения адресата к сокращению потребления мяса. Формирование в ментальной модели адресата потребности сокращения потребления продуктов животного происхождения актуализируют заголовки, пропозициональное содержание которых концептуализирует социокультурную и экологическую ценность изменения практик питания: *How Eating Less Meat Can **Save** the Planet – Как сокращение потребления мяса может **спасти** планету* [How eating less meat ..., 2023]. Пропозициональное содержание заголовков активирует экологический императив, направленный на изменение мировоззрения адресата относительно связи между потребляемой едой и экологией [Tucker, 2018; Семенова, 2021].

Заданная адресантом в заголовках побудительная интенция актуализируется в медиатекстах модализованными пропозициями, ср: *The consumption of conventional meat in rich nations **must fall** dramatically to beat the climate crisis, scientists say* [Food in 2050..., 2022.] – *Необходимо радикально сократить потребление мяса в богатых странах, чтобы победить климатический кризис*; *Meat consumption **must be reduced** by 75 percent or more* [Hold the beef..., 2022] – *Потребление мяса **должно** сократиться до 75%*; *We **must embrace** meat substitutes* [The diet for a healthy planet..., 2022] – *Мы **должны** приветствовать мясозаменители*. Модальный глагол *must* вербализует утилитарную необходимость, которая, в трактовке И. Б. Шатуновского, «проистекает из ограничений, накладываемых на выбор субъекта соображениями достижения пользы, блага, или предотвращения вреда» [Шатуновский, 1996, с. 240].

Тренд на замену животного белка растительным требует осмысления и именования нового стиля питания, новых продуктов питания, новых названий блюд, другими словами, требует создания новых языковых знаков для нового знания. Потребности социума в означивании аналоговой мясной продукции обеспечивают лексические инновации как результаты лингвокреативности в процессе номинативной деятельности. Именно на лексическом уровне языковой системы «с особой силой проявляется лингвокреативный потенциал человеческого мышления» [Ирисханова, 2004, с. 50]. Когнитивный подход к лексической лингвокреативности позволяет высветить способы концептуализации знания о растительных заменителях мяса и обосновать когнитивные процессы порождения новых концептуальных структур.

Как известно, первоначально слово *meat* (< др. англ. *mete*) обозначало еду вообще, пропитание – *food, nourishment, sustenance*, пищевой продукт, корм – *item of food; animal food, fodder*, и только в 13 веке в результате семантического процесса сужения слово *meat* приобрело значение ‘мышечная ткань животного, предназначенная для употребления в пищу’ *‘flesh of warm-blooded animals killed and used as food’* [EDEL, 1910; Янушкевич, 2008]. Словообразовательный потенциал лексемы *meat* представлен аффиксальной моделью с отрицательными суффиксами *-less, -free* (*meatless food, meatless dish, meatless meals, meat-free meals*). Производные *meatless, meat-free* не являются лексическими инновациями, лексикографическое толкование *‘without meat, having no meat or food’* (‘отсутствие мяса / еды’ зафиксировано с 11-го века [EDEL, 1910]. В соответствии с нормой лексической сочетаемости признак, связанный с отсутствием того, что обозначено производящей основой, то есть мяса, актуализируется в сочетаемости слов *meatless, meat-free* с номинациями понятийной сферы *Еда / Food: meatless food, meatless dish, meatless meals, meat-free meals*.

Новым в дискурсивных практиках конструирования модели еды будущего является расширение границ сочетаемости прилагательных *meatless, meat-free*, что приводит к формированию новой структуры знания, ср: *meat-free future, meatless consumption, meatless companies, meatless revolution, meatless Monday, meatless menu, meat-free counters*. Как явствует из языкового материала, прилагательные *meatless, meat-free* и определяемые ими слова не имеют общей семы, связанной с пищей, однако нарушение нормы сочетаемости языковых единиц позволяет объективировать новое концептуальное содержание. Нарушение семантической сочетаемости прилагательного и существительного «порождает очевидное метонимическое смещение» [Сандакова, 2004, с. 26], которое определяется в терминах адъективной дискурсивной метонимии [Там же]. Вышеприведенные атрибутивные номинации категоризируют определённые фрагменты действительности, в которых прилагательные *meatless, meat-free* и определяемая ими сущность вовлечены в одну ситуацию, в концептуализации которой происходит смещение фокуса внимания между компонентами концептуальной структуры. Так, например номинация *meat-free counters* концептуализирует ситуацию, в которой речь идёт о супермаркетах, на прилавках которых представлена продукция, не содержащая мяса в своём составе: *Supermarkets are opening meat-free counters* [Fakin’ the bacon..., 2023]. Номинация *Meatless Monday* (Понедельник без мяса) обозначает социальное международное движение отказа от мяса по понедельникам в целях поддержания здоровья и сохранения экологической устойчивости: *The goal of Meatless Monday is simple: Inspire one day of meat-free eating each week for the sake of our health and that of the planet* [Fake meat..., 2023]. Номинация *meatless revolution* концептуализирует социальную значимость необходимости радикальных

изменений в сфере практик питания: *The meatless revolution: Rethinking our food system* [The meatless revolution..., 2022].

Мясозаменители, мясные аналоги, растительное мясо представляют собой не содержащую мяса в своём составе пищевую продукцию, но имитирующую сходство с настоящим мясом. Порождение нового концепта PLANT MEAT/ РАСТИТЕЛЬНОЕ МЯСО сопровождается формированием языковых единиц различной степени конвенциональности, при этом «креативная жилка индивида проявляется, прежде всего, в выборе неких форм из числа готовых» [Кубрякова, 2012, с. 74]. Сходство мясного аналога с настоящим мясным продуктом вербализуется производными, мотивирующей основой которых является лексема *meat*, а словообразовательными средствами выступают суффиксы *-y*, *ish*, *-like*, ср.: *Meaty portobello mushroom can be a good substitute for a hamburger* [Fake meat..., 2023] – Бургер из шампиньонов со вкусом мяса может быть хорошей заменой мясному бургеру; *A good vegetarian burger should be definitely meatish* [Impossible burger..., 2020] – Хороший вегетарианский бургер должен быть мясным на вкус. О продуктивности модели со словообразовательным значением ‘сходство, подобие’ свидетельствует её реализация в производных с мотивирующей основой, обозначающей разновидности мяса: *chickeny*, *beefy*, *bacony*, *porky*, *hamlike* – со вкусом курицы, говядины, бекона, свинины, ветчины. Креативность на уровне словообразования проявляется в создании новых языковых знаков для структурирования знания о пищевых инновациях, вкус мяса в которых создаётся искусственно, при отсутствии мяса как онтологической основы сенсорных впечатлений. Таким образом, производные слова с мотивирующей основой *meat* «запускают» процесс порождения новых концептуальных структур, для которых значимыми концептуальными признаками становятся признаки ‘отсутствие мяса в продукте’ и ‘сходство с настоящим мясом’.

Когнитивной базой лингвокреативной деятельности в конструировании мира выступает ментальный механизм концептуальной интеграции, служащий для объективации нового концептуального содержания. Теория концептуальной интеграции, разработанная Ж. Фоконье и М. Тернером, постулирует возможность установления разных концептуальных связей (контрфактуальных, пространственно-временных, идентификационных, условных) между ментальными пространствами в процессе порождения в дискурсе нового языкового значения [Fauconnier et al., 2002]. Языковые механизмы лингвокреативности в процессе языковой категоризации альтернативной мясной продукции реализуются и в атрибутивных словосочетаниях как комплексных лексических единицах, в состав которых входит лексема *meat* или номинации разновидностей мяса и мясной продукции (*meatless meatballs*, *chicken-free nuggets*, *fake meat*, *mock meat*). Корпус анализируемых атрибутивных словосочетаний может быть представлен двумя типами в зависимости от способа концептуализации референта.

Атрибутивные словосочетания *первого* типа образованы компонентами, которые логически исключают друг друга: *meatless meat* – безмясное мясо, *chicken-free nuggets* – куриные нагетсы без курицы, *pigless bacon chips* – чипсы с беконом без свинины, *vegetarian butcher* – вегетарианская мясная лавка, *plant meat* – растительное мясо, *animal-free meat* – мясо без мышечной ткани животного. Контрадикторные логико-семантические отношения актуализируются аффиксальными производными с семантикой отрицания, в сфере действия которых оказывается когнитивный признак, релевантный для второго компонента словосочетания. Нарушение нормы сочетаемости как проявление креативности приводит к порождению новых концептов и концептуальных структур в дискурсивной деятельности.

Антонимия компонентов актуализируется также в разнокорневых атрибутивных словосочетаниях, в семантике которых содержатся взаимоисключающие смыслы: *vegan ham* – веганская ветчина, *veggy pork scratchings* – вегетарианские свиные шкварки; *vegetarian butcher* – вегетарианская мясная лавка, *plant meat* – растительное мясо. Номинативные единицы, компоненты которых принадлежат когнитивно несовместимым концептуальным областям, трактуются как номинации оксюморонного типа [Юдина, 2006]. В качестве когнитивного механизма лингвокреативной деятельности в анализируемых языковых единицах выступает оксюморонная интеграция (в терминологии М. В. Никитина) [Никитин, 2004], результатом которой является новая концептуальная структура знания о пищевой продукции с когнитивным признаком ‘отсутствие мяса как онтологического свойства денотата’.

Номинации *второго* типа актуализируют семантику ненастоящности и сходства мясных аналогов с настоящим мясом: *fake meat*, *mock meat*, *imitation meat*, *bogus burgers*, *simulated meat*, *cultivated meat*. Концептуальные признаки ‘несоответствие действительности’ и ‘сходство с референтом’ выводятся из словарных дефиниций слов в функции атрибута, ср.: *fake* – *not real but very similar (to the real)*; *mock* – *not true or real meant to look real* [LDCE, 1997]. Номинации *компаративно-имитирующего* типа актуализируют концептуальную интеграцию реального ментального пространства, референтом которого является *мясо* в совокупности перцептуальных признаков и контрфактического ментального пространства, в котором референтом выступает имитация натурального мяса. В результате слияния этих двух исходных ментальных пространств возникает новое интегрированное пространство как структура знания о мясоподобном продукте, имитирующем вкусовые свойства настоящего мяса.

Креативность в номинативной деятельности проявляется также в выборе способа концептуализации одного и того же референта, что «обуславливает варьирование соотношения когнитивного фона и когнитивной фигуры» [Гришаева, 2022, с. 22]. Номинации оксюморонного и имитирующего типа объективируют вариативные способы языковой концептуализации мясоподобного продукта. Выбор номинации зависит от того, какие именно признаки мясоподобного продукта оказываются в

когнитивном фокусе. Так, в номинациях *оксюморонного* типа (*meatless meat*, *meat-free meat*) когнитивно значимым является признак ‘отсутствие мяса в продукте’, а в номинациях *компаративно-имитирующего* типа (*fake meat*, *imitation meat*, *mock meat*) в фокусе оказывается когнитивный признак ‘сходство с настоящим мясом’.

Медиатексты, конструирующие модель еды будущего, моделируют и своего идеального адресата, которого волнуют проблемы экологии, а также риски для здоровья, связанные с потреблением мяса, но в то же время которого привлекает и вкус мяса. Адресованность новому поколению любителей мяса (*meat eaters*, *meat lovers*) выражается пропозициональным содержанием, актуализирующим ценностный потенциал имитированной мясной продукции, ср: *Calm down, carnivores: fake meat with real flavour is good for all of us* [Calm down..., 2018] – *Успокойтесь, мясоеды, искусственное мясо с натуральным вкусом является благом для всех нас*. Исследователи отмечают социокультурную значимость мяса в британской и американской гастрономической культуре как глоттонического архетипа [Янушкевич, 2008; Ермакова, 2011; Седых и др., 2013]. Именно поэтому, несмотря на отсутствие прямой зависимости между составом продукта и его названием, в создании новых производных номинаций и номинативных единиц оксюморонного и имитирующего типа сохраняется лексема *meat* как мотивирующая основа, что обусловлено коммуникативной интенцией вызвать положительные ассоциации в модели мира адресата, связанные с фоновыми знаниями о мясе, его питательной ценности, вкусовых качествах.

Заключение

Итак, когнитивно-дискурсивный подход к лингвокреативности в дискурсивном конструировании модели еды будущего позволил обосновать роль когнитивных механизмов концептуальной интеграции, сдвига фокуса внимания в лексической категоризации новых фрагментов внеязыковой действительности, связанных с трансформацией пищевого поведения. Установлено, что означивание аналоговой мясной продукции обеспечивают лексические инновации как результаты лингвокреативности в процессе номинативной деятельности. Выявлен лингвокреативный потенциал номинаций оксюморонного и компаративно-имитирующего типов и производных номинаций, мотивирующей основой которых выступает лексема *meat*. Результаты исследования могут внести вклад в изучение когнитивных механизмов, результатов, процессов языковой и мыслительной креативности в коммуникативном взаимодействии.

Библиографический список

- Беляевская Е. Г. Лингвистическая креативность: нарушение нормы? // Вопросы психолингвистики, 2022. № 3 (53). с. 62-73.
- Болдырев Н. Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. М.: Издательский Дом ЯСК, 2019. 480 с.

- Гришаева Л. И. Креативность как сущностное и неотъемлемое свойство носителей языка и культуры // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2022. №1. С.17-27.
- Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
- Ермакова Л. Р. Глуттонические прагматонимы и национальный характер (на материале русской и английской лингвокультур): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Л.Р. Ермакова. Белгород, 2011. 27 с.
- Зыкова И. В. Метаязык лингвокультурологии: константы и варианты. М.: Гнозис, 2017. 752 с.
- Ирисханова О. К. О лингвокреативной деятельности человека: отглагольные имена. М.: Издательство ВТИИ, 2004. 352 с.
- Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка: Когнитивные исследования. Ин-т. языкознания РАН. М.: Знак, 2012. 208 с.
- 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.
- Кшеневская У. Л. Когнитивно-дискурсивная сущность лингвокреативности // Евразийский гуманитарный журнал. 2020. №2. с. 16-21.
- Лингвистика креатива – 4: коллективная монография / под общей ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т [б. и.], 2018. 367 с.
- Лингвистика креатива – 5: коллективная монография / под общей ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург: ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет», 2020. 392 с.
- Лингвокреативность в дискурсах разных типов: Пределы и возможности: коллективная монография / Отв. ред. И. В. Зыкова. М.: Р. Валент, 2021. 564 с.
- Никитин М. В. Развернутые тезисы о концептах // Вопросы когнитивной лингвистики, 2004. № 1. с. 53-64.
- Сандакова М. В. Метонимия прилагательного в русском языке: монография. Киров: Старая Вятка, 2004. 280 с.
- Седых А. П. Архетипы «Нации», «Вожди народов» и «Культура питания»: российский и британский социум / А. П. Седых, Л.Р. Ермакова // Политическая лингвистика. 2013. №2 (44). с. 30-34.
- Семенова Т. И. Номинативные стратегии конструирования экологического императива meatless future в англоязычном медиадискурсе // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). 2021. №3 (215). с. 76-84.
- Смирнова Н. В. Концепции лингвокреативности в современном российском языкознании // Актуальные проблемы стилистики. 2021. №7. с. 89-114.
- Степанов Ю. С. Альтернативный мир. Дискурс. Факт и принцип причинности // Язык и наука конца 20 века. М.: РГГУ, 1995. с. 35-73.
- Шатуновский И. Б. Семантика предложения и нереферентные слова (значение, коммуникативная перспектива, прагматика). М.: Языки русской культуры, 1996. 400 с.
- Шмелева Е. С. Когнитивные механизмы и прагматический потенциал лингвокреативности (на материале *The Economist*) // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т.18. №3. с. 78-86.
- Юдина Н. В. Сочетание «Прилагательное + существительное» в лингвокогнитивном аспекте: монография. М.-Владимир: Ин-т языкознания РАН, ВГПУ, 2006. 427 с.
- Янушкевич И. Ф. «I have given every green herb for meat» (genesis 1.30): о семантике древнеанглийского слова «mete» // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2008. № 10 (66). с. 58-62.
- Calm down, carnivores: fake meat with real flavour is good for all of us* [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/12/fake-meat-plant-based-burgers-vegetarians-vegans> (accessed: 16.03.2021). (In English)

Carter R. Language and Creativity. The Art of Common Talk. London: Routledge, 2015. 288 p.

Dijk T. A. van Discourse and knowledge: A sociocognitive approach. Cambridge University Press, 2014. 549 p.

EDEL – An Etymological Dictionary of the English Language. Oxford: Clarendon Press, 1910. 536 p.

Fake Meat Will Save Us [Electronic resource] – URL: <https://www.nytimes.com/2019/06/21/opinion/fake-meat-climate-change.html> (дата обращения: 08.02.2023).

Fakin' the bacon: shoppers flock to try new vegan butchers [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/food/2021/apr/11/fakin-the-bacon-shoppers-flock-to-try-new-vegan-butchers> (дата обращения: 07.02.2023).

Fauconnier G. The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities /G. Fauconnier, M. Turner. New York. 2002. 440 p.

Food in 2050: Bacon grown on blades of grass and bioreactor chicken nuggets [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/food/2020/jan/01/food-in-2050-bacon-grown-on-blades-of-grass-and-bioreactor-chicken-nuggets> (дата обращения: 19.05.2022).

Hold the beef: How plant-based meat went mainstream [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/food/2020/feb/09/hold-the-beef-how-plant-based-meat-went-mainstream> (дата обращения: 09.02.2022).

How Eating Less Meat Can Save the Planet [Electronic resource]. – URL: <https://www.worldanimalprotection.us/blogs/how-eating-less-meat-can-save-planet> (дата обращения: 07.02.2023).

How Eating Meat Hurts Wildlife and the Planet [Electronic resource]. – URL: https://www.biologicaldiversity.org/takeextinctionoffyourplate/meat_and_wildlife.html (дата обращения: 27.02.2022).

Impossible Burger...2020 vs. Beyond Meat Burger: Taste, ingredients and availability, compared [Electronic resource] – URL: <https://www.cnet.com/news/beyond-meat-vs-impossible-burger-whats-the-difference> (дата обращения: 07.02.2020).

Kövecses Z. Language, Mind and Culture. N.Y: Oxford University Press, 2006. 397 p.

Langacker R. W. Cognitive Grammar. NY: Oxford University Press, 2008. 562 p.

LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English. Third Edition. Essex: Longman Group Ltd., 1997. 1680 p.

Lee D. Cognitive Linguistics: An Introduction. Oxford, New York: OUP, 2004. 223 p.

Meat eaters are destroying the planet [Electronic resource]. – URL: <https://www.independent.co.uk/news/science/meat-eating-destroying-planet-report-warning-a7985071.html> (дата обращения: 27.02.2022).

The diet for a healthy planet: what should environmentalists eat? [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/environment/2019/jan/27/environmentally-friendly-foods-samin-nosrat> (дата обращения: 27.02.2022).

The meatless revolution: Rethinking our food system [Electronic resource] – URL: <https://www.thnk.org/blog/the-meatless-revolution-rethinking-our-food-system> (дата обращения: 27.02.2022).

Tucker C. Using Environmental Imperatives to Reduce Meat Consumption: Perspectives from New Zealand [Electronic resource] – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1177083X.2018.1452763> (дата обращения: 15.01.2023).

References

Belyaevskaya E. G. (2022). Linguistic creativity: violation of the norm? *Questions of psycholinguistics*. 3 (53): 62-73. (In Russian)

Boldyrev N. N. Language and knowledge system. Cognitive theory of language. Moscow: YaSK Publishing House, 2019. 480 p. (In Russian)

- Calm down, carnivores: fake meat with real flavour is good for all of us* [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/12/fake-meat-plant-based-burgers-vegetarians-vegans> (accessed 16.03.2021).
- Carter R. Language and Creativity. The Art of Common Talk. London: Routledge, 2015. 288 p.
- Dijk T. A. van Discourse and Knowledge: A sociocognitive approach. Cambridge University Press, 2014. 549 p.
- Dijk Van T. A. Language. Cognition. Communication. M.: Progress, 1989. 312 p. (In Russian)
- EDEL – An Etymological Dictionary of the English Language. Oxford: Clarendon Press, 1910. 536 p.
- Ermakova L. R. Gluttonic pragmatonyms and national character (based on Russian and English linguistic cultures): PhD abstract: 10.02.19 / L.R. Ermakova. Belgorod, 2011. 27 p. (In Russian)
- Fake Meat Will Save Us* [Electronic resource] – URL: <https://www.nytimes.com/2019/06/21/opinion/fake-meat-climate-change.html> (accessed: 08.02.2023).
- Fakin' the bacon: shoppers flock to try new vegan butchers* [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/food/2021/apr/11/fakin-the-bacon-shoppers-flock-to-try-new-vegan-butchers> (accessed 07.02.2023).
- Fauconnier G. The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities /G. Fauconnier, M. Turner. New York. 2002. 440 p.
- Food in 2050: Bacon grown on blades of grass and bioreactor chicken nuggets* [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/food/2020/jan/01/food-in-2050-bacon-grown-on-blades-of-grass-and-bioreactor-chicken-nuggets> (accessed 19.05.2022).
- Grishaeva L. I. (2022). Creativity as an essential and inalienable property of native speakers of language and culture. *Bulletin of the Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 1: 17-27. (In Russian)
- How Eating Meat Hurts Wildlife and the Planet* [Electronic resource]. – URL: https://www.biologicaldiversity.org/takeextinctionoffyourplate/meat_and_wildlife.html (accessed 27.02.2022).
- How Eating Less Meat Can Save the Planet* [Electronic resource]. – URL: <https://www.worldanimalprotection.us/blogs/how-eating-less-meat-can-save-planet> (accessed 07.02.2023).
- Hold the beef: How plant-based meat went mainstream* [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/food/2020/feb/09/hold-the-beef-how-plant-based-meat-went-mainstream> (accessed 09.02.2022).
- Impossible Burger...2020 vs. Beyond Meat Burger: Taste, ingredients and availability, compared* [Electronic resource] – URL: <https://www.cnet.com/news/beyond-meat-vs-impossible-burger-whats-the-difference> (accessed 07.02.2020).
- Iriskhanova O. K. On the linguo-creative activity of a person: verbal names. Moscow: VTII Publishing House, 2004. 352 p. (In Russian)
- Kövecses Z. Language, Mind and Culture. New York: Oxford University Press, 2006. 397 p.
- Kshenovskaya U. L. (2020). Cognitive-discursive essence of linguistic creativity. *Eurasian Humanitarian Journal*. 2: 16-21. (In Russian)
- Kubryakova E. S. In search of the essence of language: Cognitive research. Inst. Linguistics RAS. Moscow: Znack, 2012. 208 p. (In Russian)
- Kubryakova E. S. Language and knowledge: On the way to obtaining knowledge about language: Parts of speech from a cognitive point of view. The role of language in the knowledge of the world. Moscow: Languages of Slavic culture, 2004. 560 p. (In Russian)
- Langacker R. W. Cognitive Grammar. NY: Oxford University Press, 2008. 562 p.
- LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English. Third Edition. Essex: Longman Group Ltd., 1997. 1680 p.
- Lee D. Cognitive Linguistics: An Introduction. Oxford, New York: OUP, 2004. 223 p.

- Linguistic Creativity in Discourses of Different Types: Limits and Possibilities: Collective Monograph / Ed. ed. I.V. Zyкова. M.: R. Valent, 2021. 564 p. (In Russian)
- Linguistics of creativity – 4: collective monograph / ed. T. A. Gridina. Yekaterinburg: Ural. state ped. un-t [b. and.], 2018. 367 p. (In Russian)
- Linguistics of creativity – 5: collective monograph / ed. T. A. Gridina. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University, 2020. 392 p. (In Russian)
- Meat eaters are destroying the planet* [Electronic resource]. – URL: <https://www.independent.co.uk/news/science/meat-eating-destroying-planet-report-warning-a7985071.html> (accessed 27.02.2022). (In English)
- Nikitin M. V. (2004). Detailed theses about concepts. *Questions of cognitive linguistics*. 1: 53-64. (In Russian)
- Sandakova M. V. Metonymy of the adjective in Russian: monograph. Kirov: Staraya Vyatka, 2004. 280 p. (In Russian)
- Sedykh A. p. Ermakova L.R. (2013). Archetypes of the “Nation”, “Leaders of the Peoples” and “Culture of Food”: Russian and British Society. *Political Linguistics*. 2 (44): 30-34. (In Russian)
- Semenova T. I. (2021). Nominative strategies for constructing the ecological imperative meatless future in the English media discourse. *Bulletin of the TSPU (TSPU Bulletin)*. 3 (215): 76-84. (In Russian)
- Shatunovsky I. B. Sentence semantics and non-referential words (meaning, communicative perspective, pragmatics). Moscow: Languages of Russian culture, 1996. 400 p. (In Russian)
- Shmeleva E. S. (2020). Cognitive mechanisms and pragmatic potential of linguistic creativity (on the material of The Economist). *Bulletin of the Novosibirsk State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. V.18. 3: 78-86. (In Russian)
- Smirnova N. V. (2021). Concepts of linguistic creativity in modern Russian linguistics. *Actual problems of stylistics*. 7: 89-114. (In Russian)
- Stepanov Yu. S. Alternative world. Discourse. Fact and principle of causality. *Language and science of the late 20th century*. Moscow: RGGU, 1995. P.35-73. (In Russian)
- The diet for a healthy planet: what should environmentalists eat?* [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/environment/2019/jan/27/environmentally-friendly-foods-samin-nosrat> (accessed: 27.02.2022).
- The meatless revolution: Rethinking our food system* [Electronic resource] – URL: <https://www.thnk.org/blog/the-meatless-revolution-rethinking-our-food-system> (accessed: 27.02.2022).
- Tucker C. Using Environmental Imperatives to Reduce Meat Consumption: Perspectives from New Zealand [Electronic resource] – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1177083X.2018.1452763> (accessed 15.01.2023).
- Yanushkevich I. F. (2008). “I have given every green herb for meat” (genesis 1.30): about the semantics of the Old English word “mete”. *Bulletin of the Tambov University. Series: Humanities*, 10 (66): 58-62. (In Russian)
- Yudina N. V. The combination "Adjective + noun" in the linguo-cognitive aspect: monograph. Moscow-Vladimir: Institute of Linguistics RAS, VSPU, 2006. 427 p. (In Russian)
- Zykova I. V. Metalanguage of linguoculturology: constants and variants. Moscow: Gnosis, 2017. 752 p. (In Russian)